

Este livro é um dos resultados do seminário realizado com Bernard Miège, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, intitulado Enraizamento Social das TICs, numa iniciativa do Grupo de Pesquisa em Mdiatização e Processos Sociais e Epistecom. O seminário se realizou no âmbito do projeto Mdiatização e Tecnologias Digitais/Escola de Altos Estudos/CAPES e foi apresentado em torno dos seguintes eixos: a visão das TICs “poluída” pelas abordagens tecnodeterministas; abordagens críticas de discursos sobre as TICs; as TICs entre inovação técnica e enraizamento social; o processo de mediatização no centro (da maioria) das atenções; as mutações profundas da esfera mediática. Agregamos também a discussão sobre a convergência – um tema central, apenas referido nos diversos seminários. Este livro é um dos três que compõem a série relativa aos seminários desenvolvidos no projeto, que teve também participação de Serge Proulx e Patrice Flichy.

**OPERAÇÕES DE MEDIATIZAÇÃO:
DAS MÁSCARAS DA CONVERGÊNCIA ÀS
CRÍTICAS AO TECNODETERMINISMO**

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	Operações de midiaticização: das máscaras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo
Organizadores	Bernard Miège Jairo Ferreira Antônio Fausto Neto Maria Clara Aquino Bittencourt
Tradutores	Stephane Gutfreund Edu Jacques Vanise Dresch
Revisores	Marcos Matos Luís Marcos Sander
Diagramação	Casa Leiria
Capa	Luana Cristina Petry Marcelo Salcedo Gomes Raquel Salcedo Gomes

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) Monica 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)

Bernard Miège
Jairo Ferreira
Antônio Fausto Neto
Maria Clara Aquino Bittencourt
(Organizadores)

**OPERAÇÕES DE MEDIATIZAÇÃO:
DAS MÁSCARAS DA CONVERGÊNCIA ÀS
CRÍTICAS AO TECNODETERMINISMO**

**FACOS-UFSM
SANTA MARIA-RS
2016**

Operações de midiatisação: das máscaras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo

O61 Operações de midiatisação : das más caras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo [recurso eletrônico]. / organização de Bernard Miège et al. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016.

ISBN 978-85-8384-73-5

1. Comunicação social – Redes de informação. 2. Midiatisação e tecnologias digitais. 3. Comunicações digitais – aspectos sociais. 4. Mídia – Produção e formas de produzir. 5. Processos midiáticos. I. Miège, Bernard (Org.).

CDU 316.77

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

- 9 **APRESENTAÇÃO – CONVERGÊNCIAS IDEOLÓGICAS DITAS TECNOLÓGICAS**

Jairo Ferreira

PRIMEIRA PARTE – DAS MASCARAS DA CONVERGÊNCIA ÀS CRÍTICAS AO TECNODETERMINISMO

- 17 **A CONVERGÊNCIA DAS TIC: UM PERCURSO JÁ COM CERCA DE 25 ANOS**

Bernard Miège

- 33 **AS MUTAÇÕES PROFUNDAS DA ESFERA MIDIÁTICA**

Bernard Miège

- 53 **DA CONVERGÊNCIA/DIVERGÊNCIA À INTERPENETRAÇÃO**

Antônio Fausto Neto

- 81 **VALORIZAÇÃO DO CAPITAL E SEMIOSE MIDIATIZADA: ENTRE MODOS DE PRODUÇÃO E FORMAS DE PRODUZIR**

Jairo Ferreira

- 95 **A ILUSÃO DA CONVERGÊNCIA PELAS BARREIRAS DA CIRCULAÇÃO NO FACEBOOK**

Maria Clara Aquino Bittencourt

- 119 **AUDIOVISUAL, TELEVISÃO, STREAMING: UMA EXPLORAÇÃO DE SUAS FORMAS E ESTRATÉGIAS**

João Martins Ladeira

SEGUNDA PARTE – LEITURAS E PESQUISAS EMPÍRICAS NA INTERFACE

- 163 **AS TICS, OS PROCESSOS COMUNICACIONAIS E O NOVO REALIZADOR AUDIOVISUAL DA INTERNET**

Michael Abrantes Kerr

- 181 **DUAS PROPOSTAS PARA PENSAR A MIDIATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO INFORMAL POR MEIO DA TELEVISÃO**

Daniel Pedroso

Michelli Machado

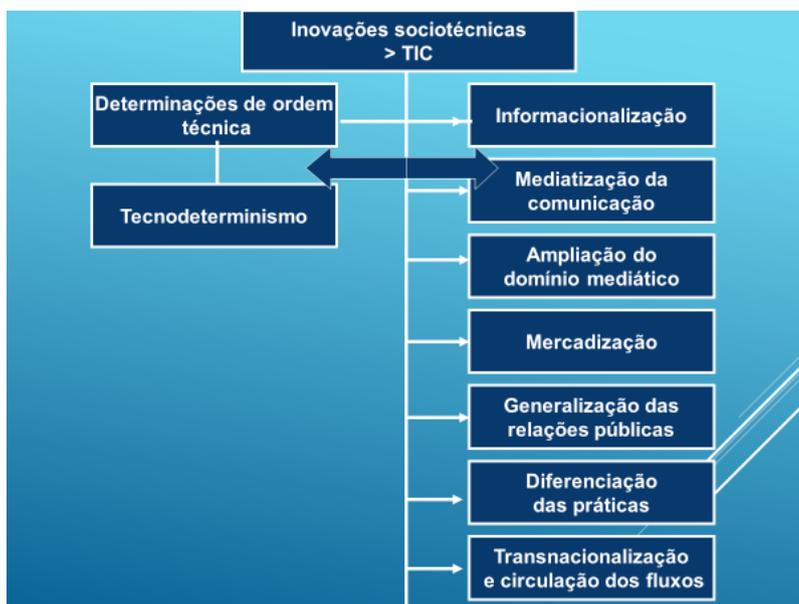
- 199 PRÁTICAS SOCIAIS DE INFORMAÇÃO E CIRCULAÇÃO CRÍTICA NA SOCIEDADE EM MUDIATIZAÇÃO: DIÁLOGO COM O PENSAMENTO DE BERNARD MIÈGE**
Eloísa Joseane da Cunha Klein
- 215 AS TIC SOB A ÓTICA DE BERNARD MIÈGE: UM CRUZAMENTO COM A MUDIATIZAÇÃO E O TURISMO**
Natália de Sousa Aldrigue
- 231 O ENRAIZAMENTO SOCIAL DAS TICS NA PERSPECTIVA DE BERNARD MIÈGE**
Gilson Piber
Rosana Cabral Zucolo
- 251 UMA PERSPECTIVA SOCIOTÉCNICA DAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO E SUA IMPORTÂNCIA NA CONSTITUIÇÃO DE UMA SOCIEDADE MUDIATIZADA**
Marcelo Salcedo Gomes
- 271 CONTRIBUIÇÕES E TENSIONAMENTOS DO PENSAMENTO DE BERNARD MIÈGE PARA PESQUISAR A COMUNIDADE DO COUCHSURFING EM PORTO ALEGRE-RS (CS POA)**
Tamires Ferreira Coêlho
- 295 O “RELIGIOSO” COMUNICACIONALMENTE AUTONOMIZADO: AS REDES E A RECONSTRUÇÃO DO “CATÓLICO”**
Moisés Sbardelotto
- 317 CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA E MUDIATIZAÇÃO DAS ROTINAS PRODUTIVAS: UMA REFLEXÃO À LUZ DO QUINTO MODELO DE AÇÃO DAS TICS, DE BERNARD MIÈGE**
Taís Seibt
- 335 AUTORES**

APRESENTAÇÃO

Convergências ideológicas ditas tecnológicas

Este livro é um dos resultados do seminário realizado com Bernard Miège, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, intitulado **Enraizamento Social das TICs**, numa iniciativa do Grupo de Pesquisa em Midiatização e Processos Sociais e Epistecom. O seminário se realizou no âmbito do projeto Midiatização e Tecnologias Digitais/Escola de Altos Estudos/CAPES e foi apresentado em torno dos seguintes eixos: a visão das TICs “poluída” pelas abordagens tecnodeterministas; abordagens críticas de discursos sobre as TICs; as TICs entre inovação técnica e enraizamento social; o processo de midiatização no centro (da maioria) das atenções; as mutações profundas da esfera mediática. Agregamos também a discussão sobre a convergência – um tema central, apenas referido nos diversos seminários.

Os seus fundamentos são as proposições de Bernard Miège no que se refere aos processos midiáticos, em especial as suas formulações sobre o que é midiatização. O ponto de partida é a crítica ao tecnodeterminismo. Para entendê-la, é necessário fazer referência ao modelo de midiatização em Bernard Miège. Este modelo localiza o lugar da técnica entre outras determinações.



No modelo, está claro que não se trata de negar à tecnologia um lugar no processo, mas sim de localizá-la como fonte dos discursos tecnodeterministas. Esta crítica está apresentada especialmente no capítulo 1, sobre a convergência. Este lugar, na formulação de Bernard Miège, está relacionado, antes de tudo, com a produção de informação – conceituada como informacionalização. Porém, nem tudo que é informação remete aos processos midiáticos e à mediatização. Esse deslocamento demanda a mediação do espaço público. Nessa perspectiva, quando fala em ampliação do domínio midiático, Miège reconhece que as inovações das tecnologias de informação e comunicação estão transformando as relações entre espaço privado e espaço público. Esse trânsito, afirma ele, entretanto, deve ser especificado: conforme os campos sociais e o processo de mercantilização da comunicação, a generalização das relações públicas, a diferenciação das práticas sociais e a transnacionalização dos fluxos informacionais. Essas especificações são abordadas no capítulo 2.

Os dois capítulos sintetizam o conjunto de questões abordadas no seminário. O que destacamos, em suas perspectivas, é uma forma inovadora de refletir dentro da linhagem de pesquisa conhecida como economia política da comunicação. A

reflexão sobre os meios e produtos midiáticos não é reduzida a uma economia *stricto sensu*. Ou seja, não se analisa um programa televisivo, um produto jornalístico, etc., como se analisa a economia de bens materiais.

A linha epistemológica de corte é o conceito de meios e mídia. A partir daí, referenciado em suas próprias reflexões, mobilizando conceitos das ciências sociais críticas e analisando pesquisa de pares, Miège desenvolve suas hipóteses. Ainda em 2016, no Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, Miège, em suas conferências, retomaria essas formulações, mas avançando sobre as profundas transformações dos processos midiáticos no contexto das redes digitais. Estas últimas reflexões serão publicadas em livro em 2017.

O livro está dividido em duas partes.

Na primeira, apresentamos as ideias de Miège ao lado de outras perspectivas (Antônio Fausto Neto, João Ladeira, Marcia Clara Bittencourt e Jairo Ferreira) em desenvolvimento no PPGCC-Unisinos. Buscamos, assim, oferecer oportunidade para cotejos entre perspectivas diferentes sobre o lugar das tecnologias, dos meios, dos processos midiáticos e da midiatização.

Na segunda parte, os participantes desta coletânea – doutores e doutorandos, vinculados e não vinculados aos grupos de pesquisa da Linha Midiatização e Processos Sociais do PPGCC-Unisinos e de outras universidades (UnB, UFPel, UNIPAMPA, UNIFRA) – dialogam com o seminário desenvolvido com Bernard Miège, a partir de casos desenvolvidos em suas pesquisas empíricas diferenciados.

Com esta coletânea, buscamos registrar e realizar um dos objetivos centrais deste projeto de cooperação acadêmica internacional: contribuir para as epistemologias da área da comunicação com o cruzamento de dois ângulos – técnicas e tecnologias de informação e comunicação, de um lado, e processos midiáticos e midiatização, de outro.

Os capítulos de doutorandos e recém-doutores aqui apresentados foram escolhidos de um conjunto de artigos submetidos aos organizadores, a partir de alguns critérios: referências ao Seminário realizado; agonística com questões dos processos midiáticos e midiatização; inferências produtivas para as pesquisas em curso.

O processo editorial foi configurado conforme lógicas de e-book, com alguns elementos adicionais, relativos às redes digitais. Primeiro, os artigos são apresentados no formato de revista online (título, resumo e palavras-chave em português e inglês). Com esse formato, a proposta é facilitar a indexação dos artigos e do livro em seu conjunto. Segundo, o livro pode ser folheado ou baixado em arquivo PDF único, para consulta. Terceiro, o acesso é livre.

Jairo Ferreira

Professor pesquisador do PPGCC-Unisinos

**PRIMEIRA PARTE
DAS MASCARAS DA
CONVERGÊNCIA ÀS CRITICAS AO
TECNODETERMINISMO**

A convergência das TIC: um percurso já com cerca de 25 anos^{1 2}

The convergence of ICT: a course of already about 25 years

*Bernard Miège*³

RESUMO: Neste capítulo, a convergência é abordada a partir das críticas a abordagens tecnodeterministas predominantes. Ela é situada em três lógicas da informação-comunicação que estão implicadas no desenvolvimento das TIC (informacionalização, ampliação do domínio midiático e fluxos e transnacionalização das atividades infocomunicacionais). Essas lógicas estão em articulações complexas com outras lógicas sociais da informação e comunicação: a mediatização da comunicação, a mercantilização da comunicação e a generalização das relações públicas. As conclusões remetem à necessidade de pesquisa das especificidades e singularidades no enraizamento das TIC para além da redução da convergência à dimensão tecnológica.

- 1 Texto traduzido pelos doutorandos Edu Jacques e Paulo Negri Filho, PPGCC-Unisinos.
- 2 MIEGE, Bernard. La convergence des TIC: un parcours de près de 25 ans, déjà. In: MIÈGE, B.; VINCK, D. (org.). **Les masques de la convergence** – Enquêtes sur sciences, industries et aménagements. Paris: Éditions des Archives Contemporaines, 2012. p. 83-96.
- 3 Bernard Miège é Professor Emérito da Université Grenoble Alpes. Autor de 15 livros sobre a mídia, as indústrias culturais e espaço público. Ele foi **cofundador**, com Yves para a Haia, do GRESEC - Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication. **E-mail:** Bernard.Miege@u-grenoble3.fr

PALAVRAS-CHAVE: convergência, mediatização, tecnodeterminismo.

ABSTRACT: In this chapter, convergence is approached from critiques of predominant technodeterminist approaches. It is situated in three information-communication logics that are implicated in the development of ICTs (informationalization, enlargement of the media domain and flows and transnationalization of infocommunication activities). These logics are in complex articulations with other social logics of information and communication: the mediatization of communication; the commodification of communication; and the generalization of public relations. The conclusions remit to the need to research specificities and singularities in the rooting of ICTs, in addition to reducing convergence to the technological dimension.

KEYWORDS: convergence; mediatization; technodeterminism.

1 Introdução

Símbolo da modernidade e muitas vezes considerada arquétipo de um fenômeno sociotécnico conhecido por se reproduzir nas sociedades contemporâneas, a convergência das TIC não se encontra em sua infância; é de fato em meados dos anos oitenta que ela se destaca, tanto no conhecimento da mídia quanto em algumas grandes empresas, notavelmente de telecomunicações, claramente empenhadas em ampliar suas ofertas de mercado, após o esgotamento de mercados de telefonia fixa e a desregulamentação desses serviços.

Este lembrete não é de toda uma consideração secundária; trata-se de salientar, mais uma vez, a cegueira incrível (e a falta de memória) que está no coração de argumentos sobre a técnica⁴ entre os anunciantes e os atores midiáticos⁵ apreensivos por novidades produzidas em intervalos regulares, valorizando certas categorias profissionais verdadeiramente interessadas

4 Embora eventualmente recorra ao termo *technologie*, o autor emprega o léxico *technique* tanto para acepções de tecnologia quanto de técnica. Preferimos a adoção do termo técnica quando há um sentido geral e tecnologia quando se refere aos objetos.

5 *Mediateurs*: traduzido aqui como atores midiáticos.

na promoção de tecnologias. Em alguns, como em outros, os discursos se repetem e se reproduzem no lazer, não só ignorando as críticas ou os questionamentos, mas sobretudo as condições sócio-históricas entre as quais circularam, circulam e... circularão.

Temos, assim, tomado e analisado *ex post* textos de obras da Direction Générale des Télécommunications (agora, France Télécom), bem como artigos ou trabalhos de “tecnólogos”, como os do canadense M. Cartier, J. de Rosnay ou P. Levy: os primeiros, muito completos, fazem algumas previsões realmente verificadas, no entanto, simplesmente ignoraram as duas primeiras gerações de telefonia móvel, esquecendo-as... a abertura da Internet ao público; a segunda corrente, compreendida entre 2000 e 2005, envolve a generalização do digital e a supressão das fronteiras entre as mídias, assim como a primazia do conteúdo sobre o hardware e as redes; a terceira, de 2006 a 2016, prevê que os “*pronetariados*” (ou seja, a maioria dos membros de redes colaborativas) superem a grande mídia na produção de conteúdo, etc.

Os autores destas previsões estão geralmente muito bem informados sobre os desenvolvimentos iniciados com as possibilidades técnicas, mas eles são incapazes de considerar as maiores inovações, na medida em que dependem fortemente da coordenação de estratégias dos principais atores da indústria, assim como das mudanças das práticas sociais de usuários e consumidores (ver MIÈGE, 2007, capítulo 1). Eles mantêm, igualmente, componentes-chave: a convergência foi, a cada vez, impulsionada por atores sociais, facilmente identificáveis (encontrados em primeiro lugar, evitando generalizações, num corpo profissional ligado às sociedades da informática e da telecomunicação); e, no espaço-tempo das análises atuais, – no último quarto de século o –, mostra-se que as categorias sociais “referenciais” são essencialmente as mesmas, provando-se que os indivíduos que estão na origem ou que foram os principais vetores desses discursos sociais não difeririam. É, portanto, na reprodução social que está a questão, e ela deve ser adicionada à tendência de operar num contexto cada vez mais internacionalizado em que intervêm grandes organizações internacionais (OIT, OCDE, Directions spécialisées de l’Union Européenne, etc.).

É aí que a convergência, como discurso social que se autorreproduz de alguma forma, questiona as ciências sociais em geral e as ciências da informação-comunicação em especial (diretamente afetadas pela emergência, o desenvolvimento e a chegada à maturidade das TIC); embora o fenômeno da convergência não possa ser reduzido a um ato de fala, seu componente discursivo é central e dificilmente dissociável de outras dimensões, pois permeia toda parte e proíbe um tratamento ou uma abordagem que ouvisse uma em detrimento das outras. Explicamos, assim, a recorrência das mesmas modalidades discursivas a cada passo, ou seja, a cada emergência – ou promessa de emergência – de cada novo objeto técnico, há um discurso que encontra um dos significados originais, embora cada vez mais ignorado da tecnologia, que, em francês, pelo menos, se compreende (compreendia) como teorias ou discurso da/sobre a técnica.

Em grande parte, a convergência é componente discursivo de um fenômeno dificilmente apreensível por ele mesmo, e, de outro modo, parte envolvida de uma ideologia que apoia o desenvolvimento de técnicas. Quanto às TIC, experimentaram ao longo das últimas três décadas alguns avanços, prontamente identificáveis a partir dos dados disponíveis sobre mudanças nas práticas culturais, informacionais e comunicacionais, sobre as quais podemos acrescentar que para esta ideologia, na ocorrência do tecnodeterminismo, contribuem também outros elementos ou eventos, em sinergia com a convergência, mas que, conceitualmente, devem ser distinguidos, a saber:

- Antecipação dos usos sociais dos objetos: estes realmente são tema de prescrições insistentes quanto a suas utilizações futuras e seus supostos benefícios, que raramente se verificam e em todo caso deixam pouco tempo e oportunidade para usuários-consumidores se apropriarem deles. Esses usos são superestimados e colocados entre práticas essenciais de usos específicos (por exemplo, atualmente o consumo de imagens em telefonia 3G e mesmo 4G) e raramente explicados, especialmente no que se refere ao que está na origem das defasagens entre o prometido e o realizado, de atrasos assumidos e de usos que se manifestaram tardiamente, para se enraizar além de um pequeno círculo de “tecnófilos” ou amadores (este é, p. ex, o caso

da videofonia, do vídeo sob demanda, da videoconferência, etc.)

- Interferência do tecnológico e do social: sempre que o emblema da técnica é destacado por tecnólogos (muitas vezes transmitida por campanhas publicitárias das indústrias de materiais ou de redes) para apresentar as oportunidades e as possibilidades “abertas” pelas inovações tecnológicas como certezas, deixam-se os usuários com margens de manobra reduzidas; a injunção tecnológica é acompanhada, assim, geralmente, pela marginalização de tudo o que o social contém de dotações, de mudanças e de recusas, bem como de profundas e duradouras desigualdades de consumo. Estes discursos de especialistas, como as atividades promocionais, complementados por pontos de vista “autorizados” dos primeiros usuários, contribuem efetivamente para “confundir” ainda mais as relações do tecnológico e do social na emergência e desenvolvimento de várias TIC; e, convém adicionar, para tornar ainda mais obscuro e até mesmo incompreensível o processo de coconstrução da técnica e do social.

- Uma profecia autorrealizável... muito pouco utópica: contrariamente aos anúncios que são feitos durante o desenvolvimento de cada uma das TIC, com elas não se está lidando com um projeto utópico, desmedido, que é reativado a cada vez como uma operação relevante da profecia, que visa convencer uma parcela significativa de usuários potenciais, e forte incentivadora da atividade individual, em rede ou não.

A convergência só pode ser entendida ligada a essas características que só são mencionadas aqui, necessariamente, resumidas (para mais detalhes, cf. MIÈGE, 2007, capítulo 1).

2 Características mutáveis, mas sempre com uma base técnica predominante e até decisiva

A convergência tem ainda dado lugar, desde meados dos anos oitenta, para características evolutivas: aplicada no início às telecomunicações, à informática e ao audiovisual, ela serve agora também para entender as relações entre as ferramentas informáticas e de radiodifusão, o telefone fixo, o telefone móvel e a Web, como aqueles que articulam as TIC e as novas indústrias de conteúdo, ou mesmo se aplica nas relações entre os

diversos setores do conteúdo (livros, imprensa e multimídia); a convergência é, portanto, de geometria variável, é para ser vista em facetas múltiplas e mutáveis. Mas o que é verdade é que ela consiste sempre mais ou menos na articulação de (tendendo à fusão) 1º. Redes de comunicação, 2º. Ferramentas de acesso à informação e de seu tratamento geralmente através de terminais e 3º. Programas informativos, de distração e culturais, e isto em locais bem identificados em casa ou no local de trabalho, ou agora em mobilidade e de forma ubíqua.

Os ideólogos da convergência afirmam que as TIC, diversificando-se e difundindo-se, levariam não só à formação de novos usos mais e mais específicos (esta é a primeira percepção que temos dessas técnicas e que continua, apesar das... evidências), mas também ao questionamento de redes ou setores industriais nas fronteiras que se acreditam estar bem estabelecidas (neste sentido, a convergência permitiria questionamento de interesses escusos e rendas econômicas bem estabelecidas).

Esta abordagem não é nova: para muitos, o Relatório Nora-Minc sobre a informatização da sociedade (1979) marca, na França, pelo menos, o ponto de partida, e muitos dos elementos recordados acima foram nele expressos pela primeira vez. Na verdade, isso é facilmente verificável, mas seria errado dar a esse relatório público tanta importância, pois uma parte das posições adjacentes são então expressas em outros documentos emitidos por organismos internacionais e nos de outros países. Por outro lado, elementos contextuais também têm forte importância, são especialmente relevantes no âmbito das estratégias industriais: na pesquisa em telecomunicações de novos mercados depois da generalização da telefonia vocal fixa, no surgimento do computador pessoal, etc., bem como nos incentivos para racionalizar a organização do trabalho nas empresas...

Há outros relatórios ou iniciativas políticas subsequentes que marcaram individualmente um fortalecimento da industrialização da comunicação, agora num contexto globalizado: o programa americano das Autoestradas da Informação (A. Gore, 1992), o relatório europeu do comissário Bangemann (1994) e, especialmente, as Cúpulas Mundiais da Sociedade da Informação (Genebra, 2003, Túnis, 2005). Não é nosso propósito aqui desvendar nesta história da implementação das TIC aquilo que vem

das estratégias industriais, de liderança política transnacional e das operações de promoção ou de marketing. O fato é que tem ocorrido em quase duas décadas uma espécie de banalização da tecnologia “aplicada” à informação e à comunicação: criticada por movimentos sociais influentes no final dos anos setenta (que protestaram contra a expansão de arquivos pessoais interconectados) e por intelectuais (que viram nelas ferramentas próprias de necessidades não essenciais, e até mesmo pré-fabricadas), as TIC são agora amplamente aceitas, e as críticas a seu respeito estão se concentrando, principalmente, sobre os riscos da proliferação de ondas eletromagnéticas e os abusos possíveis nos usos que crianças possam fazer das redes.

À primeira vista, a articulação mencionada anteriormente e a abordagem ou a visão do curso da mudança técnica que a acompanha parecem evidentes e são apoiadas por dados empíricos ou observações que todo mundo pode ser levado a fazer. É verdade que muitos desses novos objetos técnicos de informação e comunicação acompanham mudanças nas práticas sociais (a pesquisa de informações públicas ou especializadas, o consumo de música gravada, a comunicação interpessoal à distância ou mesmo a consulta às obras publicadas são o lugar de mutações bem visíveis, especialmente a partir da ampliação do acesso à Internet); também é verdade que as fronteiras entre setores industriais estão se tornando porosas (uma empresa de serviços informáticos, a saber, o Google, que controla e organiza a distribuição global de todas as categorias de informação sem ter que participar de sua produção, graças a algoritmos poderosos e uma estratégia de publicidade agressiva; e a Orange, empresa de telecomunicações resultante de um monopólio público, que está presente na divulgação das séries americanas e até mesmo na produção cinematográfica, etc.). O que poderia ser mais óbvio, *a priori*, que esta tendência para a convergência!

Mas é precisamente a concepção que subjaz a essas percepções iniciais e opiniões amplamente compartilhadas que é necessário questionar. Se essa concepção – a convergência – é sedutora em sua pertinência aparentemente adquirida pela constatação de conciliações agora eficazes entre mídia ou canais (TV ou rádio ocorrendo na Web, as imagens televisivas transmitidas no telefone celular, a telefonia onipresente na Internet, os

fornecedores de acesso ou os operadores de cabos que oferecem chamadas telefônicas, etc.), ela não é só simplista, mas sobretudo é questionável: o movimento para a convergência não é o resultado automático e derivado de uma dinâmica que iria encontrar sua fonte em um poderoso desenvolvimento tecnológico autônomo impondo sua lei; a longo prazo (anunciada há mais de duas décadas, a convergência ainda está sendo feita), é marcada por sucessos e fracassos, e deve ser considerada como uma construção social realizada por aqueles envolvidos, na maioria das vezes competindo entre si, caracterizáveis como uma diversidade de atores sociais, industriais por um lado, usuários-consumidores, por outro. Por terem ignorado ou tentado quebrar apressadamente essas fronteiras, líderes industriais e financeiros conhecidos têm sofrido reveses profundos: entre outros, conforme explicam P. Bouquillion (2008), J.-M. Messier, no seio da Vivendi Universal, e Steve Case, durante a fusão abortada entre AOL e Time Warner. Isso demonstraria que não se pode ignorar a complexidade do processo de formação dos usos das TIC, como de outros objetos e dispositivos tecnológicos, feitos de avanços e recuos, desvios, falhas, atrasos em relação às previsões, sucesso inesperado e desenvolvimento lento.

É por isso que, sem repetir o argumento e os trabalhos em que foi sustentada, a conclusão de uma pesquisa já antiga nos parece sempre atual, citando longamente o que escreveram em 1994 G. Tremblay e J.-G. Lacroix: “A convergência, apesar de seu substrato tecnológico, não é um processo único nem o ponto final exigido de uma evolução completamente determinada. A convergência de técnicas de comunicação surgiu com a atenção de todos, mas não constitui um fenômeno puramente técnico. Ela comporta dimensões econômicas, sociais, legais e políticas, tão importantes e decisivas quanto o componente tecnológico. Mesmo possível tecnicamente, a convergência de sistemas de comunicação não vai acontecer sem vontade política e econômica, sem enquadramento legal e regulamentação adequada e sem uma aceitação dos usuários... A convergência não é um ‘dado’, resultado de um processo irreversível. A única possibilidade de digitalizar voz, dados e imagens não passa necessária e inevitavelmente pela convergência de sistemas de comunicação. Isto parece um pouco como uma construção social cujos contornos

resultam todos das mesmas limitações de tempo relacionadas com a lógica socioeconômica dominante e a ação mais ou menos eficaz de diferentes grupos sociais...” (TREMBLAY; LACROIX, apud LACROIX et al., 1994, p. 6-7).

Passados 15 anos, a lucidez dessa abordagem sobre a convergência é notável, especialmente depois que as mudanças constatadas (e que, contudo, cada vez aparecem a variados observadores como fenômenos novos, e mesmo espontâneos) a confirmam regularmente. Reconhecer que a convergência tem um fundamento técnico e suas inovações se baseiam sobre certo número de determinações tecnológicas, sendo um construto social complexo e mesmo altamente conflituoso, em relação ao qual não podemos prever as formas que assumirá, em nada reduz a importância dessas determinações. Isso permite, ao contrário, não esconder o que foi o longo caminho de inovação social antes de ela concretizar-se em objetos ou serviços, e igualmente não ignorar as lógicas sociais (da comunicação em ocorrência) do utensílio na esfera da técnica.

3 O que as abordagens tecnodeterministas da convergência omitem

Ao tomar como necessários os argumentos já descritos, vamos tentar apresentar de maneira sistemática quais são os limites e insuficiências das abordagens atuais, isto é, das visões tecnodeterministas da convergência. Os limites e insuficiências aparecem sob três ordens.

Em primeiro lugar, e de modo surpreendente, o foco principal ou exclusivo sobre as determinações técnicas não significa que elas sejam consideradas precisas e tenham características próprias. À exceção dos círculos restritos de especialistas e profissionais, que têm interesse em que o conhecimento não se espalhe, e uma porção de tecnófilos que estão sempre prontos a apoiar seus novos objetos, a ignorância é bastante generalizada sobre a evolução da técnica, exceto *ex post*; e ela é frequentemente reduzida a uma “caixa preta” que favorece ainda mais a permanência de concepções tecnodeterministas a que o debate público sobre as novas ciências e tecnologias se restringiu e

mesmo se limitou. Isso não deixa de admirar com relação às TIC, que, contrariamente à energia nuclear, à transgenia, às biotecnologias e agora à nanotecnologia, desfrutaram e ainda desfrutam de uma aura favorável, sem dúvida porque as suas potencialidades se opõem aos meios de comunicação de massa. De qualquer modo, as TIC não produziram discussões, intercâmbios e debates, e sobre seu objeto tudo aconteceu como se as autoridades optassem muito tarde por elaborar uma estratégia de vulgarização do que elas significam. Como explicar essa posição de frivolidade sobre um espaço público científico e tecnológico que teria sido possível implementar? Sem dúvida devemos ver aí o desejo de deixar o campo livre para os grupos industriais implicados e, sobretudo, aos industriais das redes de telecomunicação.

Em segundo lugar, ao se concentrar na dimensão técnica da convergência, somos levados a ignorar seu silêncio, ou pior, a negar tudo que as TIC causam ou condicionam em matéria de mutações da informação e da comunicação. E o fato de tratar as TIC como se as suas características de informação e comunicação lhes fossem naturalmente atribuídas pouco importa, como se somente a dimensão técnica dos objetos ou dos dispositivos fosse significativa. Sobre esse ponto há pouco a dizer na medida em que as mutações iniciadas com elas são decisivas, múltiplas e complexas.

Vamos, num primeiro momento, listar as principais definições das lógicas da informação-comunicação que estão implicadas no desenvolvimento das TIC. Para três delas trata-se apenas de lembrar.

3.1 A informacionalização

O processo caracterizado pela circulação crescente e acelerada dos fluxos de informação, tanto na esfera privada quanto no trabalho da esfera pública e o crescimento efetivamente percebido da oferta informacional se traduzem notoriamente pela extensão da informação difundida, publicada e não necessariamente editada, pela divulgação de conhecimentos e dados privados anteriormente não acessíveis. A concentração é, assim, uma das marcas nem sempre aparentes do sistema de difusão das informações. Tudo se passa como se a oferta fosse amplamente aberta a uma gama de produtores muito mais vas-

ta que anteriormente, porém a concentração da difusão (nível em que os grupos de comunicação mais poderosos sempre ocupam) funciona como uma barreira de natureza tecnocomercial, que, assim, explica a posição oligopólica do Google na busca de informação.

3.2 A expansão do domínio midiático

As TIC contribuíram para a expansão do domínio midiático, ainda que o processo esteja inacabado; mas elas não se limitaram a isso, de modo que interviram, por exemplo, na comunicação interpessoal ou intraorganizacional, não pertencente ao domínio midiático. Entretanto, as mutações em curso no interior da esfera midiática não permitem fixar uma linha de separação entre as mídias “históricas” e novas, de um lado, e entre técnicas da informação e da comunicação, de outro (entre as quais as redes sociais).

3.3 A circulação dos fluxos e a transnacionalização das atividades infocomunicacionais

A estrutura espaçotemporal das atividades informacionais, culturais e comunicacionais tem sofrido profundas mudanças nas últimas duas décadas. Estas estão a reboque da dinâmica da globalização. Constituem-se no primeiro plano do processo, em correspondência direta com o crescimento da conexão planetária do modo de produção dominante, doravante hegemônico. Considere-se que a hegemonia econômica dos Estados Unidos tem sido contestada pelos países emergentes, especialmente a China. Porém, os Estados Unidos reagem, reforçando o domínio das indústrias da comunicação e de conteúdo, agora sua área de excelência.

4 A midiatização

É necessário, com relação a isso, tornar explícitas outras três lógicas sociais da informação-comunicação, a saber:

4.1 A mediação da comunicação

O processo de mediação está no centro das interrogações, isto quando não é o centro de todas as questões. Ao se examinar de perto, vê-se que este processo incentivou a esperança e o medo, a escatologia e as promessas utópicas, tanto quanto a cautela e concepções depreciativas, os julgamentos morais ou os preconceitos relativos à técnica.

Em que sentido entende-se a mediação? Num primeiro sentido, mediação se opõe à mediação e tem como objetivo identificar os fenômenos mediados através de várias instâncias de mediação social e, sobretudo, pela mídia no sentido estrito do termo. Num segundo sentido, o que é levado em consideração é a ação de mediação dos conteúdos, isto é, o fato dos conteúdos, por exemplo os cursos de ensino superior, que são postos online ou inscritos sobre suportes materiais geralmente resultantes da intervenção de especialistas (designers, produtores multimídia, etc.); e contrariamente a uma representação frequente do pensamento informático, ela nada tem a ver com uma transposição ligada ao emprego das ferramentas e lógicas agora disponíveis. Num terceiro sentido, reforça-se tudo isso que, nas relações interindividuais e mesmo intragrupalis ou intraorganizacionais, se produz quando as TIC, ou melhor, um dispositivo, se interpõe entre Eu e Tu, Eu e Nós, Nós e Nós; essa abordagem busca identificar as modificações dos próprios atos comunicacionais no que possuem de linguagem ou não. E, por último, num quarto sentido, o processo de mediação se refere à importância da informação difundida e trocada, quantitativa e qualitativamente; a mediação reporta-se aqui ao fenômeno de informacionalização discutido acima, porém com o intuito de compreender a recepção e a relação dos meios com os receptores.

Essa pluralidade semântica é fonte de confusões; mas, se ela é mais ou menos entendida nas suas diferentes significações, pode-se interpretá-la como indicativo da riqueza do próprio processo. De acordo com os campos, deve ser interpretada em função de singularidades e especificidades.

Contrariamente às visões nas quais as TIC são convocadas a substituir a comunicação “ordinária” em questão, a pers-

pectiva mais coerente hoje é a da adjunção de novas modalidades orientadas para a midiáticação aos modos de comunicação essenciais, para além da diversidade das formas como se revelam a nós: por exemplo, na educação, no ensino à distância e na utilização de recursos documentais como incremento aos cursos presenciais, mantidos em suas formas clássicas; e a prática do chat ou dos sites colaborativos não toma o lugar das trocas entre amigos, etc. A perspectiva, portanto, retorna para acentuar as continuidades, as complementações e entrecruzamentos, e não descrever rupturas e mudanças radicais. Isso não impede de ver o que emerge em cada fase (por exemplo, a web 2.0) ou a cada promessa de desenvolvimento tecnológico (a inteligência coletiva; a iniciativa proveniente da periferia; o neocomunitarismo virtual, etc.).

4.2 A mercantilização das atividades comunicacionais

O movimento global do setor da comunicação está fortemente sustentado pelo crescimento da indústria tecnológica (computadores com programas incorporados, telefones celulares, aparelhos de leitura-registro de imagens e sons digitais, etc.) e pela reestruturação das indústrias de rede (telecomunicações e tecnologias de conexão, de processamento e envio de dados). Porém a questão-chave é a dos conteúdos, e, nesse âmbito, as empresas da indústria cultural e midiática não estão mais isoladas nessa tarefa: elas têm de enfrentar a ofensiva das empresas de tecnologia e daquelas especializadas em redes, bem como as reações dos consumidores interessados na gratuidade dos programas.

Os métodos de avaliação dos produtos digitais disponíveis online, tendo passado o estágio de experimentação, não nos permitirão antecipar os usos que se consolidarão e conduzirão as utilizações dos consumidores de conteúdo na Internet comercial. Isso não envolve tanto se os consumidores estarão dispostos a pagar pelo acesso aos conteúdos (essa é uma hipótese plausível, salvo no caso de ocorrer um crescimento desproporcional dos anúncios publicitários como tem ocorrido recentemente), mas convém perguntar quais serão os modos, conhecidos ou novos, pelos quais os consumidores serão con-

vidados a participar, paralelamente aos recursos publicitários, da remuneração de todos os colaboradores dessa produção cultural e informacional. Devido à diversidade e à complexidade dos interesses em questão, levando-se em consideração a forte pressão dos diferentes atores envolvidos, devemos esperar uma pluralidade de fórmulas, correspondendo a uma grande parte das variações dos modelos de exploração de produtos culturais e informacionais conhecidos.

Entretanto, a influência das TIC comercializáveis sobre uma área possui pouca ou nenhuma capacidade para impor-se sem toda sorte de relutância e resistência.

4.3 A generalização das relações públicas

Nas sociedades europeias, foi apenas no final dos anos 70 que as tecnologias da comunicação (que foram expandidas e aperfeiçoadas depois) começaram a ser utilizadas – exigidas, pode-se dizer – para produzir ou ao menos tentar realizar certos tipos de socialização. Logo, o avanço da comunicação prosseguiu sobre a diversidade de campos sociais e profissionais. Elas não se reduziram às operações eventuais. Em 30 anos, as tecnologias da comunicação ganharam relevância nas relações sociais. Em seu nome, se desenrolam um repertório de ações e processos que situam as tecnologias de informação e comunicação entre o comercial, a gestão e a administração (especialmente no caso desta última).

A midiaticização não está mais restrita à comunicação das empresas, organizações e instituições. Porém, as últimas, sem dúvida em razão da relativa novidade de suas ações comunicacionais, são muito facilmente postas nas redes digitais com a disseminação das TIC, particularmente depois da abertura da Internet ao público. E tudo leva a crer que os dispositivos mais recentes (blogs, plataformas colaborativas, que põem em sinergia os sites de informação e os celulares, etc.) serão completamente colocados a serviço das ações comunicativas e contribuirão para reforçar as relações públicas generalizadas. Uma maioria, e talvez uma grande maioria dos sites, estão nessa categoria (relações públicas), sem mais se afirmarem como sites de relações públicas.

As relações públicas generalizadas estão, assim, especialmente confortáveis com o desenvolvimento das TIC. Elas as utilizam como ferramentas de produção e de difusão de suas mensagens, mas principalmente as relações públicas se moldam rapidamente conforme os potenciais disponíveis para oferecer uma comunicação moderna e de acordo com os diferentes modelos de interação. Para os receptores isso resulta em uma dúvida quanto à natureza do emissor, e os meios de informação têm cada vez mais dificuldade de se afirmar.

A simples enunciação dessas diferentes lógicas sociais de informação-comunicação, às quais se somam os ensinamentos dos debates e das críticas em torno da formação dos usos e da individualização das práticas sociais, é suficiente para mostrar tudo que o advento e a maturação das TIC exaltam – não pelo efeito da técnica, porém por si mesmos – nas questões sociais expressas pelas estratégias executadas por diferentes categorias de atores sociais. Abordar o problema isoladamente ou mesmo acentuando-se seu ângulo a partir da esfera tecnológica coloca de lado todas as mutações que tenham sido percebidas, ou as considera como subordinadas ou dependentes do avanço tecnológico.

Enfim, em terceiro lugar, o que uma abordagem centrada em torno da convergência esconde é o fato de que ela não é mais um fenômeno técnico ou tecnológico-industrial simplesmente identificado como uma tendência ao pensamento generalizante, porém um fenômeno sociotécnico complexo e principalmente contraditório, na medida em que é definido como uma construção social (à moda das proposições já citadas de G. Tremblau e J.-G Lacroix, e em relação com os diferentes processos de informação-comunicação que foram apresentados. Podemos pensar que os contratemplos enunciados se encontram não nos industriais apressados, nem em seus precursores, como se declarou imprudentemente, mas sim nas características complexas do processo que eles não levaram em conta.

5 Conclusão

Finalmente, a questão se os ensinamentos que podem ser apreendidos da evolução da convergência no ramo das TIC

podem ser estendidos a outras áreas onde o desenvolvimento tecnológico previsto ou em condução é marcante. À primeira vista, a questão não necessita ser colocada, e a resposta é óbvia: ela é afirmativa. É assim, por exemplo, que replicam os especialistas ou os tomadores de decisão comprometidos com o ramo das nanotecnologias: de acordo com eles, o que pôde ser constatado através das TIC poderá daqui por diante ser identificado através das nanotecnologias. Ou a homologia irresponsavelmente (e às vezes inconsequentemente) sustentou como não há nada menos que o certo. Isso jamais foi verificado pela pesquisa, pois cada domínio percorre seu próprio caminho, em virtude das especificidades de articulação que atuam em cada momento entre a inovação tecnológica e o enraizamento social.

As mutações profundas da esfera midiática

The profound mutations of the media sphere

Bernard Miège¹

RESUMO: Neste capítulo, situamos as relações entre tecnologias de informação e comunicação e mídia. Para isso, discutimos o conceito de mídia, destacando a irredutibilidade do mesmo ao tecnológico, ao mesmo tempo que refletimos a respeito de como as transformações tecnológicas estão vinculadas às mutações do midiático, afetando os processos de midiaticização. A argumentação é especificada na análise sobre as mutações que ocorreram entre a imprensa de opinião, a imprensa comercial, o rádio e a televisão, como referências para se pensar as novas configurações do midiático em redes digitais. Apresentamos algumas pesquisas sobre as relações da esfera midiática com o espaço público, especialmente a política, em busca de questões ainda em curso.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologias de informação e comunicação. Mídia. Midiático. Midiaticização. Redes digitais.

1 Bernard Miège é Professor Emérito da Université Grenoble Alpes. Autor de 15 livros sobre a mídia, as indústrias culturais e espaço público. Ele foi **cofundador**, com Yves para a Haia, do GRESEC – Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication. E-mail: Bernard.Miege@u-grenoble3.fr.

ABSTRACT: In this chapter, we situate the relations between information and communication technologies and media. For this, we discuss the concept of media, highlighting the irreducibility of the same to the technological one, at the same time reflecting on how the technological transformations are linked to the mutations of the media, affecting the processes of mediatization. The argument is specified in the analysis of the mutations that occurred between the opinion press, the commercial press, radio and television, as references to think about the new configurations of the media in digital networks. We present some research on the relations of the media sphere with the public space, especially politics, in search of issues still in course.

KEYWORDS: Information and communication technologies. Media. Mediatization. Digital networks.

1 Introdução

Três obstáculos precisam ser evitados quando nos interessamos pelas questões das mídias. O primeiro obstáculo a superar é recorrer a uma concepção metafórica das mídias. Não estamos mais na situação analisada por Marshal McLuhan, mas ainda encontramos geralmente concepções muito amplas do campo midiático que se inspiram no que McLuhan tinha proposto. As mídias continuam sendo vistas conforme esse pensador, segundo o qual o meio é o meio pelo qual a sensação se expressava, conceituando-se a partir disso o que são mídias. Isso traz um problema. Podemos considerar que o automóvel é uma mídia? O automóvel é simbólico. E, como ele, todos os elementos da sociedade que efetivamente são meios poderiam ser considerados mídias. Então, é preciso evitar essa visão ampla, impensada, que nos faz chamar de mídia coisas que não são mídias.

O segundo obstáculo que precisamos evitar *a priori* é acreditar na ideia de uma substituição pura e simples das mídias pelas. Esta é uma questão atual, que nos leva a pensar que, finalmente, essas técnicas que são mais novas estão substituindo as mídias que conhecemos, ainda amplamente, e que não se imaginavam há um século e meio.

O terceiro obstáculo a evitar é considerar que todas as TICs são mídias. Nem todas as TICs são mídias. Assim, questionamos o celular e o telefone local como uma mídia. Argumenta-se que são mídias porque permitem a comunicação interpessoal. Mas nem tudo que permite comunicação interpessoal é mídia. Isso já foi mais ou menos tirado do campo midiático por boas razões, e parece que estas razões, esses motivos são válidos ainda hoje.

Destaco esses três cuidados que acompanham a reflexão. As mutações profundas na esfera midiática de fato não têm somente uma, mas várias causas. Vamos tentar enumerá-las. Dentro dessas mutações existe um alargamento incontestável do campo midiático, uma extensão do campo midiático, uma ampliação; o termo é bastante preciso, cada língua tem termos mais específicos, mesmo em línguas de origem latina podemos falar em ampliação. Então, a ampliação parece uma mutação importante do campo midiático, hoje uma ampliação que se faz no espaço, em tempo bastante reduzido.

2 O que está acontecendo nas relações entre as TICs e as mídias?

Primeiramente, para tentar pensar o que está acontecendo com as TICs em particular, para ver que todas as TICs não são novas mídias, como é a expressão utilizada nos Estados Unidos, é preciso voltar para o que, finalmente, qualifica e define as mídias, o que é uma mídia até agora. Para saber se estamos lidando com novas mídias ou não, logicamente do ponto de vista intelectual, a primeira operação é voltar para o que entendemos sobre mídia, o que não fazemos espontaneamente. Falta ao pensamento espontâneo a metodologia.

Então, as mídias são uma entidade contestada particularmente quando se trata de opiniões públicas. Mas inclusive quando olhamos as reflexões sobre o que é mídia de perto, os especialistas e os pesquisadores colocaram uma definição e destacaram critérios de definições que apresentam diferenças com o que aqui é proposto. Definimos mídias como dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos. Isto é, são dispositivos que ar-

ticulam momentos materiais, elementos técnicos e elementos de conteúdo.

Enfim, a imprensa não é apenas um conjunto de técnicas. A imprensa é mais complexa do que a técnica e a tecnologia envolvidas. Essa técnica de impressão só ocorreu a partir do momento em que foi possível imprimir em pouco tempo com rolos contínuos uma quantidade importante de títulos, em que podemos fazer jornais com tiragens elevadas. Podemos discutir sobre o fato de que o rádio, a radiodifusão, a televisão são uma única técnica. Mas não é verdade: a televisão utilizou técnicas do cinema e da fotoquímica durante muito tempo, até o momento em que apareceram os videocassetes. Ou seja, são composições técnicas complexas.

Isso muda. Podemos afirmar que, se é verdade que havia uma técnica principal para todas as mídias anteriores, hoje, com as TICs digitais, as técnicas estão se diversificando como um conjunto de técnicas. A característica que nos é mais imediatamente acessível é aquela que se ampliou na história das mídias instaladas. Observa-se que função cultural e de entretenimento ocupou o lugar da informação informativa (jornalística, em especial) com regularidade, se não de modo cada vez mais permanente.

Esse critério – compreender que uma mídia é um conjunto complexo – é importante e desconhecido. Estamos, por exemplo, falando da imprensa, a imprensa cotidiana, semanal, mensal, isto é, alguma coisa que se impôs a partir de certo período, mas de forma fixa no século XIX ou XVIII. A história da imprensa no século XVIII não tem ênfase sobre os títulos em sua aparição regular. Ou seja, no início não eram os títulos que organizavam a imprensa. Mas a imprensa apareceu a partir do momento em que ela teve uma edição regular. Hoje, o leitor tem a garantia de encontrar o título que procura, a data fixa sem precisar esperar. Esses pontos são de fato muito importantes.

A história do rádio e da televisão nos acostumou com isso, prática e relativamente. Mas, atualmente, a maior parte das mídias audiovisuais funcionam em permanência, de modo cada vez mais permanente. Este é outro critério no quadro de uma economia de funcionamento que seja própria delas.

Então, poderíamos evidentemente falar sobre isso longamente, mas a economia de funcionamento das mídias, até

agora, é algo relativamente preciso, fixado. Por exemplo, a imprensa de fato consiste em um duplo mercado. Qual é esse duplo mercado? O primeiro mercado, evidentemente, é o mercado dos leitores, dos diretores de jornais e, finalmente, tem como objetivo fixar os leitores, um nível de leitores mais ou menos regular que não varie muito, e que esses leitores comprem um número a cada dia, um exemplar a cada dia, de preferência que eles sejam assinantes. No segundo mercado, os editores de jornais vendem aos anunciantes de publicidade. Esse duplo mercado, aquele dos leitores e dos anúncios publicitários se reencontram em todas as mídias até agora. Em todas as mídias instaladas com modalidades diferentes, existem conteúdos que têm cada vez mais receita publicitária, incluindo os recursos públicos.

Fala-se pouco sobre isso: a influência da publicidade sobre a escrita, sobre o conteúdo. Isso é marcante, até hoje, nas mídias, que têm uma economia de funcionamento que é própria delas. Na economia das indústrias culturais, há um espectro que vai do pagamento do consumidor até o pagamento pela publicidade. Parte dos custos são inteiramente pagos pelo consumidor e outros inteiramente pagos pelo publicitário. As mídias são isso. De fato, uma empresa de mídia impressa, uma rede de rádio, uma rede de televisão, etc. são empresas específicas, que não podem ser confundidas com outro tipo de empresa; não se pode confundir uma rede de televisão com uma gravadora de discos, e tampouco com uma editora de livros.

Podemos, no quadro de critérios, explicar condições, as proporções, as relações entre os produtores técnicos e os produtores de profissão cultural de todas as empresas de mídias das quais falamos. As empresas de mídia têm, no mundo inteiro, televisão, rádio, imprensa, as quais têm características técnicas. Mas em todas elas, têm consequências muito importantes as receitas publicitárias. Por isso, é cada vez mais importante a variação da audiência. O interesse pela audiência, pela estabilização da audiência é uma coisa que faz parte da história das mídias. Claramente, inscreve-se na história das mídias.

Então, para saber se nós temos novas mídias ou se não temos novas mídias, ou simplesmente técnicas da informação e da comunicação, temos que voltar a essa definição. A definição a ser forjada deveria falar desde mais deste século e meio de

mudanças midiáticas, e não somente a questão das TICs. Deve acrescentar qual é o papel delas – das TICs. As características das mídias devem ser levadas em conta para saber quando se pergunta se as TICs tomam um lugar que as mídias ocupam.

3 Em busca de uma definição

As mídias instaladas têm uma base técnica, que é o ponto de partida. Geralmente, as técnicas de impressão, de telecomunicação, da imagem e do som se chamam audiovisuais e digitais. Finalmente, as mídias novas e antigas se desenvolvem. Parece que hoje, 15 anos depois da explosão das TICs, com o desenvolvimento intenso das TICs, todas as mídias que apareceram na história ainda estão presentes, mesmo que algumas encontrem dificuldades de funcionamento.

O que é cada vez mais nítido é que todas as mídias instaladas se inserem nas tecnologias digitais. Falando de outro jeito: qual vai ser o futuro das mídias instaladas? A questão ainda existe, está em curso a ser analisado, e consiste no seguinte: o que está acontecendo há mais ou menos 15 anos e o que vai se seguir?

Primeiramente, os programas de informações são produzidos e divulgados fora das mídias instaladas, e esse ponto é o primeiro elemento que temos que indicar. Isso é muito importante: desde que as mídias digitais começaram a aparecer, desde que começaram a ser instaladas, há de fato cinco campos que constituem esse processo informacional fora do midiático, o que nos permite falar em informação midiática ou não midiática. Então, há informação produzida e divulgada no quadro das estratégias de comunicação, nas organizações públicas e privadas. A informação midiática e não midiática compreende informações produzidas e divulgadas no quadro das estratégias de organizações e agências públicas, incluindo as pequenas associações, as iniciativas de comunidade.

Segundo, essa informação compreende informações profissionais especializadas. Então, essa informação profissional especializada não nasceu com as mídias, mas de fato já existia anteriormente, tinha seus canais próprios e se projetou de

alguma forma nos novos meios de comunicação, nas TICs, completando e substituindo esses canais, esses meios anteriores. Por exemplo, quando uma revista técnica contém suplementos digitais e, pouco a pouco, passa a substituir a revista técnica inicial por uma revista digital, a informação profissional especializada usa cada vez mais canais midiáticos.

Em terceiro lugar, temos a informação documentária divulgada online. O mais simples, mais evidente é o exemplo da Wikipédia. Mas não somente a Wikipédia. Existem várias organizações, associações que propõem informações documentárias que estão disponível online. Então, evidentemente, a imprensa retomava e retoma ainda em parte essa documentação, mas há uma concentração dessa informação documentária nas novas mídias.

Em quarto lugar, nós temos banners, blogs, Facebook, redes sociais. As redes sociais permitem se informar. De certa maneira, trata-se de uma informação privada que está disponível à esfera pública. Esse é um fenômeno de transferência de uma informação privada em direção à esfera pública, uma nova esfera pública.

Essa questão da transferência do privado para o público é muito importante, e essa importância vai aumentar sem parar. Uma informação que na base não é informação está se tornando informação, saindo da esfera privada para ir a um novo espaço público. Tem toda a força da informação pública.

Em todos os países há informação pública, e isso inclui a que começa pelas estatísticas públicas. Há muitas informações econômicas, financeiras, sociais e outras demandadas pelas autoridades políticas dos estados, das prefeituras, das coletividades públicas. Essa oferta de informação pública não esperou as novas mídias para se manifestar, mas funciona muito bem com elas. Podemos considerar que é da responsabilidade das atuais políticas ou das administrações públicas dispor de uma série de informações nos domínios referentes às áreas que indicamos ser a informação pública.

Essa informação pública é uma coisa que é muito importante para a cidadania, para existência da democracia, para fortalecer a democracia – informação que antes, há não muito tempo, estava disponível só para os especialistas, só para as pes-

soas que sabiam como acessar. Então, do ponto de vista da informação, falando das mídias, podemos igualmente proceder da mesma maneira como com a cultura, com o divertimento, com o entretenimento. Hoje, informações privadas de vários tipos se alçam a informação pública.

Se estivermos confrontando a informação nova com as novas modalidades de difusão da informação, insisto que essas informações já existiam anteriormente. Do ponto de vista da informação, é importante observar essa unicidade dos dispositivos sociotécnicos e o fato de que cada mídia pode ser apresentada como um conjunto, tendo uma base técnica determinada. Toda essa organização informacional tem, hoje, um dispositivo sociotécnico compartilhado.

Isso é inovação. Temos as mudanças. Hoje, a mesma mídia pode desenvolver a sua oferta de conteúdo com uma pluralidade de dispositivos. Há pouco tempo, todas as mídias desenvolviam seus conteúdos somente para um tipo de dispositivo. Hoje, elas estão fazendo isso para dois, três ou quatro dispositivos. O que se fala é válido para a empresa cotidiana, o rádio aberto, a televisão aberta e a televisão temática, etc.

Hoje se encontra uma pluralidade, uma mistura enorme de ofertas e organização das mídias, principalmente os dispositivos digitais. É muito difícil encontrar uma rede de televisão ou de rádio que não tenha uma parte da sua oferta que se encontra na web-TV ou no web-rádio e não usa tudo que se pode imaginar. Para imprensa cotidiana aplica-se a mesma coisa.

Nesses casos não há mais unicidade. Há uma desconexão entre os dispositivos sociotécnicos e a mídia. A mídia, por assim dizer, se desloca. A imprensa gratuita se encontra de fato em uma das últimas modalidades para a preparação da imprensa. No meu país (a França) e na Europa, há um desenvolvimento importante de 1995 a 2005. Isso se expressa numa migração a vários sites, porque o futuro da imprensa gratuita não é garantido. O segundo critério é que existem mutações que estão acontecendo; em especial, os consumidores que em parte impõem seus ritmos em função de suas práticas próprias (veja, por exemplo, o consumo na Netflix).

Então, você pode não ler um artigo ou um jornal cotidiano por motivos relacionados a obrigações de trabalho, mas

pode reencontrá-lo três dias depois, mesmo que esse artigo seja um artigo cotidiano de um jornal cotidiano. O consumidor impõe lógicas, se move, define o ritmo das práticas. Alguma coisa está acontecendo, alguma coisa muito profunda, para a maior parte dos usuários e consumidores. Antes, quando você perdia um programa ou se esquecia de comprar um jornal, que não havia mais, você não tinha a possibilidade de ter o conteúdo à disposição. Agora, esse não é mais o caso porque cada um tem a oportunidade de encontrar esses conteúdos disponíveis nos sites.

Como ocorre o acesso atualmente? Cada um pode ouvir canais de rádio favoritos. É mais difícil com a televisão, claro: a web TV não é tão desenvolvida. Atrás desse ponto, há uma prática das mídias instaladas e uma das novas mídias que estão em mutação profunda. A economia de funcionamento da qual acabo de falar é específica a cada mídia. Essa economia de funcionamento está hoje na origem de uma transformação complexa, segundo os modelos socioeconômicos próprios a cada mídia.

Esse é o tema de minha pesquisa, um campo de trabalho, de pesquisa muito complicado porque evidentemente nós somos pesquisadores. O que nos interessa não são os modelos de negócios; são modelos de gerenciamento a curto prazo. O que nos interessa é saber como as mídias instaladas e as eventuais, bem como as novas mídias vão encontrar uma economia de funcionamento duradoura. Então, porque essas mídias tinham uma economia de funcionamento estável, que lhes assegurava uma rentabilidade. Agora, com as perdas nas vendas e orçamentos publicitários, é impossível ter uma estratégia de desenvolvimento para a imprensa cotidiana, para os canais de rádio e televisão, se não podemos contar com os recursos mais ou menos estáveis, isto é, economias de funcionamento que se organizem.

Há práticas que se fossilizaram. A imprensa cotidiana começou realmente a partir de 1930, justamente a partir desse momento em que diretores de jornais começaram a vender espaços publicitários. Eles tiveram essa ideia não somente para anúncios legais ou comerciais. A economia de funcionamento própria de cada mídia é atualmente sujeita a leis, simplesmente porque há negociações no dia a dia. Agora, eles organizam suplementos digitais. Precisam ter recursos para fazê-lo. As mídias

francesas há pouco tempo estão, na realidade, em busca de publicidade para esse suplemento digital. As negociações ocorrem. Exemplo: as mídias instaladas estão em situações de negociações tipo Google, que direciona aos conteúdos publicados.

Podemos dizer que há poucas mídias inteiramente digitais. O que está acontecendo é mais a mídia instalada (exemplo, as organizações Globo) fazendo reorganizações internas, recursos humanos novos, uma dificuldade em gerenciar o problema redacional das páginas digitais, porque às vezes não são as mesmas pessoas que cuidam, que são responsáveis pelas páginas digitais e pelas páginas de papel. Ao mesmo tempo, há muitas organizações que se criaram e muitas tentaram se criar como sempre no campo da mídia. Há tentativas e erros. A imprensa é feita de uma associação de tentativas e erros que duram três meses, seis meses, e depois conseguem, ou então de títulos que, depois de três ou quatro meses, são abandonados. Isso acontece com as supostas novas mídias.

3.1 O critério da programação

Continuamos com os critérios, particularmente com um deles que é o mais importante: devemos questionar a programação dessas mídias. O questionamento da programação se deve ao fato de que é neste nível que as mutações estão se produzindo, porque ainda não estão finalizadas. Toda a mídia instalada até hoje tem um ritmo de divulgação que lhe era próprio. Ele é conhecido do leitor, do telespectador, do autor, e esse ritmo implicava uma programação, uma atividade que não é somente específica para a rede de televisão. Geralmente o termo programação é usado para a televisão e também para a imprensa. A atividade de programação consiste em considerar os interesses envolvidos, depois de pesquisas dos leitores, dos telespectadores. Os públicos devem ser conhecidos para propor uma oferta de programa e organizar esta oferta de programa em páginas, no caso dos jornais.

Por exemplo, quando pensamos o espaço de tempo de programa no caso do rádio e da televisão, a função da programação consiste em forjar e atender a audiência. A profissão de programador, num dia determinado de uma rede de televisão,

tem como meta que você não saia, não se ausente da rede determinada. Trata-se de assegurar uma continuidade da presença do telespectador. É necessário um número suficiente de consumidores na imprensa; a organização das páginas tem que ser feita do jeito que atraia o máximo de leitores e de modo que, além da sua diversidade de interesses, o máximo de leitores vão encontrar o que satisfaça o seu interesse, a sua curiosidade no título do jornal.

Seguidamente, temos as visões superficiais e pejorativas das mídias de massa, mas é extremamente complexo conseguir fazer coexistir os públicos de leitores e consumidores. É um trabalho técnico muito complexo que vai servir para forjar a audiência e atender essas audiências. O trabalho de programação se baseia no fato de que a cada semana você vai mais ou menos encontrar o mesmo tipo de emissão no mesmo momento. Se a organização das emissões foi errática, na realidade a rede perderia muito rapidamente o telespectador.

Esse trabalho que se organizou no decorrer do tempo, que marcou e ainda marca o que é mídias de massa, afetando mesmo aquelas que não são de massa, permite negociar com os anunciantes de publicidade. O telespectador é central nessa venda para os anunciantes de publicidade. Ela deve se basear no fato de que o telespectador e o leitor estejam presentes. É fácil controlar que eles estejam presentes no caso dos jornais. É mais difícil para as redes de rádio e de televisão, porque são dispositivos de mediação complexa.

Mas eles se organizaram. Os anunciantes de publicidade não acreditam nas declarações dos diretores de jornais. Eles querem ter uma garantia. Não têm certeza de que os níveis de consumo das novas mídias sejam suficientes para satisfazer expectativas de retorno. Com as novas TICs é mais difícil de se controlar e medir o que se faz com as mídias digitais. A regularidade da programação é até agora o centro da atividade midiática.

Nós criticamos nas mídias de massa essa regularidade da programação que nos deixa pouco espaço de liberdade, poucas iniciativas e pouca criatividade, enfim. A gente critica as mídias por renovar as mesmas receitas. Isso se transforma, neste momento, na medida em que, finalmente, a individualiza-

ção das práticas de informação de cultura responde à crítica das mídias de massa.

A individualização está na base da crítica que é feita em vários lugares sobre as mídias de massa; por isso, a programação efetivamente é uma tentativa para segmentar os pontos de vista individuais. Isso está vinculado a uma das principais críticas às mídias instaladas no mundo inteiro, feitas à maioria das mídias, e os dirigentes têm consciência, percebem este elemento e tentam de qualquer forma, por todos os meios, mostrar os interesses individuais.

Tomemos como exemplo os canais de televisão. O fato de passar a palavra ao telespectador, o fato de acompanhar as grandes programações, com emissões de respostas que podem dar origem a estatísticas de audiência, até mesmo o fato de que uma parte dos telespectadores ao vivo participa nos programas, isto mostra bem que essa a crítica é reconhecida pelas mídias instaladas.

Mas os novos entrantes não tiveram esse problema, não precisam gerenciar públicos existentes com modalidades novas. Eles podem se moldar muito diretamente sobre pedidos e interesses imediatos dos participantes, dos consumidores, dos usuários. É isso que fez do Google um sucesso: interesses, pedidos, demandas dos telespectadores. Essa percepção que temos do Google está relacionada sobretudo a uma quantificação permanente das demandas de seus usuários individuais em tempo real.

No Brasil ou na França, os jornais e os canais de televisão se interessaram mais pela vida privada dos leitores e dos telespectadores. Mesmo na televisão, a intimidade tomou uma importância considerável. Questões de gestão da vida e da vida pessoal tornaram-se um problema público. Tudo isso não se produz somente em volta da internet. Tudo isso existe nas mídias instaladas. É verdade há nas mídias novas uma perspectiva que é imediatamente diferente. Elas se forjam em práticas em redes sociais, que ganharam rapidamente importância, em que grande parte da população se precipitou sobre as possibilidades que as novas mídias ofereciam.

Na Europa eram muito importantes as mídias audiovisuais. Elas continuam a ter uma oferta pública com fundos pú-

blicos, com modalidades de funcionamento sensivelmente diferentes dos canais privados. Então esses canais estão em concorrência há 30 anos. Essa é uma geografia midiática que poderia ser precisada. Mas o fato de que as mídias tiveram uma história em parte pública e essa história continua é muito importante. Não é o caso das novas mídias, que não são mídias públicas, mas *mídias privadas, comerciais*.

Isto vai amenizar o caráter e a relação que existia e existe ainda entre as mídias instaladas e os serviços públicos. Então, o que está se passando com as mídias hoje, esta nova forma de informação impõe o novo modelo de ação comunicacional, que se sobrepõe ao modelo de ação conhecido anteriormente. As mídias instaladas deram espaço à criação sucessiva de modelos de ação. Primeiro, a imprensa de opinião; segundo, a imprensa comercial de massa; terceiro, as mídias audiovisuais globais generalistas – rádio e televisão aberta; quarto, as relações públicas. Todos esses modelos de ação que apareceram desde os primórdios do século XIX implicaram certo tipo de troca e de intercâmbio, nas relações entre os editores, os funcionários, jornalistas, artistas – todos os que trabalhavam com as mídias – e os consumidores, leitores e usuários dessas mídias.

Sucessivamente, tivemos modelos de ações que começaram com a imprensa de opinião e tiveram um papel importante no século XIX e início do século XX. Mas esses modelos deixaram espaço para outros modelos de uso maior, como a imprensa de massa e as mídias de audiovisuais de massa. Então, houve quatro modelos de ação aos quais hoje podemos acrescentar um quinto. Nesse percurso, praticamente na história das mídias nenhum modelo foi descartado. Os modelos se sobrepõem não para substituir, mas para ocupar um espaço, tomar um lugar.

A imprensa comercial de massa durante certo tempo foi dominadora, mas a imprensa de opinião, dominada, continuou a funcionar e ainda existem bastantes jornais de opinião no mundo inteiro. Esses modelos de ação até hoje se sobrepõem uns aos outros. A questão é: será que temos um novo modo de ação que emerge? Ou será que há a possibilidade de substituir o precedente? Esta é outra questão diferente e não pode ser confundida com a questão anterior.

Isso não constitui uma ordem histórica obrigatória. Temos situações concretas muito diferentes. Há países em que o rádio e a televisão tiveram uma importância muito reduzida, mas de modo geral temos uma subsunção dos modelos. Então, este quinto modelo parece estar ocupando o espaço, está se instalando. O que o caracteriza em relação ao precedente?

Sobretudo em relação à imprensa de massa e ao rádio e à televisão generalistas, nós tínhamos modelos de massa com grandes organizações que se dirigiam a públicos numerosos e espalhados. Agora temos algo intermediário entre modelo de massa e modelo inter-relacional. Trata-se de um modelo intermediário que é mais transversal que os precedentes, mas está em interação com eles, cuida de todos os interesses, todas as questões. Isso é incontestável, mas também está relacionado com os modelos precedentes, e sem dúvida mais que os modelos anteriores.

Na história das mídias, a imprensa e o rádio, sobretudo a televisão, muitas vezes, tiveram conflitos muito duros em todos os lugares. Progressivamente, grupos multimídias retomaram os jornais e canais de televisão, e houve conflitos de várias naturezas entre essas mídias. As novas mídias são mais interativas que as antigas. Efetivamente, no nível dos espaços públicos, há profundas mudanças que estão acontecendo. Isso é incontestável: o modelo que contribui para estender a fragmentação dos espaços numa série de espaços parciais, em que podemos participar, constitui-se numa característica da comunicação moderna midiaticizada, enquanto efetivamente as mídias da imprensa de massa e da televisão de massa se acostumaram a outros modos de fazer, no que foram criticadas.

No novo modelo cresce o número de atores implicados na produção das mensagens, na função de mediação, ao ponto de ter interferência sobre as referências da profissionalização da produção, e a ampliação dos atores produz informações dos programas. Existe uma confusão sobre quais são as normas de profissionalização. Mas não se deve esquecer que, na história das mídias, a profissionalização levou tempo antes de se estabelecer uma profissão de jornalista em todos os países. No início, havia outras profissões (sejam escritores, advogados, comerciantes), e a dificuldade para esta profissão ser reconhecida durou muito tempo.

Nas novas mídias, incontestavelmente se multiplica a participação, e a maioria dos mediadores são semiprofissionais. Entretanto, isso não implica que os destinatários sejam mais participantes que antes. É possível que este mediador finalmente seja um modelo bastante heterogêneo do ponto de vista do que se produz e do que se troca.

Há uma tendência a se pensar que as TICs estão dando origem a utilizações cada vez mais seletivas, que haverá ferramentas de massas utilizadas por todos, ferramentas mais aperfeiçoadas, melhor organizadas. Isso existe para a telefonia. Se acrescentarmos o que está acontecendo nas grandes organizações, haverá a internet dos ricos, a internet dos profissionais e a internet das massas. Podem-se levar em conta muitas questões que são ligadas nesse novo modelo. Não é um modelo que substitui e se sobrepõe, e sobre ele não se pode dizer que será o modelo dominante, no nível da história. As mídias se tornaram progressivamente dominantes, a imprensa comercial de massa em relação à imprensa de opinião, a mídia audiovisual de massa em relação à imprensa comercial de massa, e essas mídias substituíram as precedentes e tomaram o lugar das dominantes.

Podemos inferir o que acontece com essa nova dominação dos modelos. Estamos à frente de uma linhagem específica que seria a informação online, uma fileira diferente de uma indústria, diferente das fileiras atuais. Esta é uma tese sustentada por Franck Rebillard². Para ele, há uma nova fileira que se chama infomediação, que é uma fileira online que se sobrepõe e se diferencia das mídias instaladas.

4 Questões principais em torno desse ponto de vista

A primeira questão é que nessa linhagem de infomediação Franck Rebillard inclui o Google, que é efetivamente um exemplo-chave de infomídia que consegue nos últimos dez anos se afirmar em nível mundial. Isso é incontestável. Mas o infomediador não trabalha, não funciona no mesmo nível de informação da imprensa, quando pensamos no grande público.

2 Ver <http://www.univ-paris3.fr/m-rebillard-franck-81572.kjsp>

O terreno no qual o Google interfere é a pesquisa de informação. A pesquisa de informação é o domínio que o Google conseguiu impor. Ela existia até hoje, mas essencialmente em torno de bibliotecas e centros de documentação. Essas bibliotecas e centros de documentação só tinham efetivamente instalado um sistema automatizado para poder preencher essa função de procura de informação, e todos eles foram ultrapassados no mundo inteiro por causa do Google, que tem um sistema extremamente simples, os algoritmos.

Trata-se efetivamente de uma firma que interfere no domínio da informação, mas no domínio da pesquisa da informação. Na verdade, o Google se interessa pela produção. Vê-se que o que faz o Google é uma coisa nova em relação ao sucesso da firma. É uma coisa nova, mas o centro da atividade de Google continua sendo sua pesquisa de informação, a busca de informação. Não se pode colocar no mesmo plano a busca e a produção de informação.

A segunda questão é uma mistura de informação numérica disponível em papel e, de outro lado, a informação digital, em que vamos ter uma ocasião para novos grupos poderem tomar lugar. Atrás desse conflito, que pode parecer um conflito de pesquisador e especialistas, há um problema estratégico muito importante: será que vamos ter linhagens de informações que podem ser diferenciadas conforme os meios, como o caso da televisão, que são produzidas e divulgadas por organizações diferentes, mas interferindo em suportes diferentes, ou será que vamos ter frente a frente um número digital e um não digital? Isso é o fundo da questão.

As novas mídias estão a serviço da democracia política? Aqui conversamos sobre a obra de Dominique Cardon. O que ele chama de democracia parecia não incluir a democracia política e que está acontecendo no espaço público e político. Recentemente uma ONG americana acompanhou e perseguiu um chefe rebelde sanguinário. Ele foi perseguido com a ajuda dos internautas, para acabar com as suas ações. De outra forma, o resultado dessa ação consiste em dizer que, sem a internet, ele estaria continuando as suas ações como anteriormente.

Há uma série de autores que consideram que as redes sociais – Facebook, por exemplo – são o sexto poder. A imprensa, no regime democrático, já era considerado um quinto poder.

A internet e as redes sociais particularmente seriam um sexto poder ao lado do lado político, etc. Esses são os pontos de vista dominantes em circulação na Europa.

Pesquisador vinculado à Universidade de Stanford, Morozov escreveu que coloca em dúvida a ideia de que a internet seja favorável à democracia. Sua posição é de que a internet é a ferramenta de libertação e opressão ao mesmo tempo. Uma ferramenta que soube se adaptar em regimes autoritários. E que também é utilizada de outra forma pelas forças antidemocráticas. É a praticidade da ferramenta que Morozov evidenciou, e ele produziu textos conhecidos neste campo apoiando essa questão.

A professora Khalil, jornalista, da Universidade do Líbano se interessou pelos sites políticos existentes no Líbano, investigando como as forças políticas esse país os usam. Ela fez um trabalho de análise do conteúdo dos sites e também das discussões que são conduzidas a partir desses sites, e sua conclusão é de alguma forma preocupante. Diz que a discussão online não é favorável à diversidade de opiniões. Pelo contrário, favorece a objetividade ideológica e o reforço comunitário. Quem conhece a situação política particular do Líbano, onde existe toda uma série de comunidades culturais e políticas que coexistem, compreenderá melhor essa conclusão.

Então esses sites na realidade não oferecem a palavra aos opositores tão facilmente. Os sites são gerenciados por animadores, e pontos de vistas diferentes são rapidamente contestados e criticados. Nesse sentido, é frequente uma outra conclusão, a saber, que grupos de discussões são centrados em torno de ideias mais extremas, incluindo a violência verbal. Esses sites, contrariamente ao ponto de vista mais frequentemente divulgado, na realidade não propõem uma discussão que segue uma organização política que deixe a palavra aos dissidentes.

O último ponto de vista para reflexão é de um colega que acompanhou detalhadamente a situação na Tunísia, no primeiro semestre de 2011. Suas conclusões são as seguintes: a internet teve um papel mobilizador de chamar as energias quando era necessário sustentar, dar apoio a todos os que lançaram o movimento no centro da Túnis, e àqueles que lançaram o movimento depois do suicídio espetacular de um jovem sem trabalho. Ao analisar os conteúdos dos tuítes e dos e-mails que foram

trocados, suas conclusões são as seguintes: percebe-se que esse movimento social é igual aos outros em termos de direção, em que há forças políticas e, sobretudo, sindicais.

De outra maneira, os líderes sindicais são a origem da mobilização. São eles que – usando as técnicas de redes digitais – tiveram a oportunidade de organizar energias e chegar à mobilização que foi observada, mas que foi observada do exterior, por observadores, por exemplo jornalistas. Atrás desse movimento e outros havia mobilizações clássicas com líderes sindicais, políticos e militantes que usaram a internet. Surgiu um fenômeno novo: o papel da fotografia, o papel dos vídeos amadores que tiveram um impacto muito importante em relação à população, e isso também se produziu mais tarde em 2011 na Líbia.

Mas, de uma certa maneira, esse pesquisador insiste nas modalidades da midiaticização reticular em uma situação de profunda repressão como foi a da Tunísia de antes da primavera de 2011. Mas a internet não é por si mesma um fator de mobilização. A internet foi uma ferramenta.

5 Breve conclusão

O dever dos pesquisadores em comunicação e informação é ver além das visões superficiais geralmente produzidas. Em todos os casos, as provas que aqui são dadas não são certamente definitivas, mas são complementos consideráveis para reflexão. Então, isso não são perguntas conclusivas. São perguntas abertas, mas também são indicadores que no futuro vão render muitas discussões sobre as supostas novas mídias e as TICs. Aqui os pesquisadores em comunicação devem se apoderar destas questões, e as respostas não vão chegar tão facilmente a suas mãos. A questão das relações entre as TICs e os espaços públicos é uma pergunta que se sobrepõe a tudo.

Referências

CARDON, Dominique. **La démocratie Internet: Promesses et limites**. Paris: Seuil, 2010. 102 p. (Coll. «La république des idées»).

- FLICHY, Patrice. **Le sacre de l'amateur**: Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique. Paris: Seuil, 2010.
- MOROZOV, E. **El desengaño de internet**: los mitos de la libertad en la red. Barcelona: Destino 2012.
- REBILLARD, F. Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l'information d'actualité. In: MILLERAND, F.; PROULX, S.; RUEFF, J. (dir.). **Web social**: mutation de la communication. Québec: P. U. Q., 2010. p. 353-365.

Da convergência/divergência à interpenetração

From Convergence/Divergence to Interpenetration

Antônio Fausto Neto¹

RESUMO: Reflete-se sobre o conceito de convergência segundo pressupostos de que, além do ‘conexismo’ entre produção e recepção, ocorrem divergências resultantes da dinâmica da circulação, em termos não lineares e assimétricos. Chama-se atenção para pressupostos epistemológicos que examinam a ‘revolução do acesso’ e a produção de sentidos como problemáticas distintas. Não obstante a intensidade de ‘regimes de contatos’ proporcionada pelo conexismo, a distância entre produção e recepção se complexificaria e tornaria mais acentuada a intercambiabilidade de caráter não-linear. Examina-se o trabalho de uma nova ‘arquitetura interacional’ a partir da noção de interpenetração, mostrando-se que produção e recepção se afetariam reciprocamente, viriam a ser geradores de complexidades e de diferenças.

1 Professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Graduação 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 – Ecole des Hautes Etudes 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. E-mail: afaustoneto@gmail.com. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6946599956105105>

As dinâmicas entre convergência/divergência seriam problematizadas pelos efeitos da interpenetração. Ao manter sentidos em dinâmicas de desequilíbrio, a circulação torna mais distantes possibilidades de uma noção unificadora da produção de sentidos. A convergência permanece apenas como uma aposta.

PALAVRAS-CHAVE: Convergência. Divergência. Interpenetrações. Heterogeneidades. Sentidos.

ABSTRACT: Reflects on the concept of convergence in accordance with presuppositions that, in addition to the 'connectionism' between production and reception, there are divergences resulting from the dynamics of circulation, in non-linear and asymmetric terms. Attention is drawn to epistemological assumptions that examine the 'access revolution' and the production of meanings as distinct problematics. Notwithstanding the intensity of 'contact regimes' provided by connectionism, the distance between production and reception would become more complex and the non-linear character of interchangeability would become more pronounced. It examines the work of a new 'interactional architecture' from the notion of interpenetration, showing that production and reception would affect one another, would become generators of complexities and differences. The dynamics between convergence / divergence would be problematized by the effects of interpenetration. By keeping senses in unbalanced dynamics, circulation makes more distant possibilities of a unifying notion of the production of meanings. Convergence remains just a bet.

KEYWORDS: Convergence. Divergence. Interpenetrations. Heterogeneities. Senses.

1 Nota introdutória

A conjugação de dimensões tecnocomunicacionais como telecomunicações, informática e audiovisuais, produzindo profundas mutações na organização social e no funcionamento e nas interações de suas práticas, passa a se constituir uma problemática central para o âmbito de estudos específicos que discutem a midiaticização em processo. Particularmente, o está-

gio atual da convergência destes três fatores produz efeitos nas fronteiras e estruturas dos campos sociais, reformulando-as e submetendo-as às complexas e intensas processualidades de contatos e de intercâmbios, fundadas em uma realidade socio-técnica. A noção de convergência repousa, antes de tudo, na emergência de um novo sistema arquitetado segundo lógicas tecnocomunicacionais, enquanto “capacidade de diferentes plataformas de rede servirem de veículo a serviços essencialmente semelhantes. Ou a junção de dispositivos do consumidor, como o telefone, a televisão e o computador pessoal” (CÁDIMA, 2015, p. 270).

Tal conjugação tem complexos efeitos sobre diferentes matrizes nas quais se fundam lógicas e ações societárias. Especificamente, sobre as de natureza comunicacional, na medida em que a dimensão tecnológica deixa de ser para ela apenas um componente de natureza instrumental, mas ganha um status engendrante das suas manifestações. Estes três fatores conjugados “penetram a organização do mundo industrial participando de uma verdadeira mutação em nossas maneiras de inovar, de produzir e de trabalhar, bem como de consumir e de intercambiar” (JAURÉGUIBERRY; PROULX, 2011, p. 7). No âmbito sociocomunicacional, a articulação de tecnologias convertidas em meios afeta o funcionamento de todas as práticas sociais, especialmente seus usos, impondo-lhes novas formas de interação no espaço-tempo de suas manifestações, segundo complexos *feedbacks*. Tal articulação gera ainda novas formas de contatos entre instituições e atores sociais, repercutindo largamente sobre os desenhos e modelos de experiências que envolvem os processos de produção, circulação e recepção de mensagens e de discursos.

Podemos dizer que um dos produtos deste complexo processo de convergência é a internet. Antes de ser um meio – algo que decorre da intervenção e apropriação que as práticas sociais fazem sobre a rede – a internet reúne e condensa vários protocolos tecnocomunicacionais que as antecederam, revolucionando as condições de acesso do indivíduo às formas de conhecimento, às instituições e aos próprios atores sociais (VERÓN, 2013). A convergência torna-se também objeto de muitos campos de pesquisa, especialmente os que envolvem a

investigação acadêmica da comunicação, que destacam pelo menos duas perspectivas: a primeira, de natureza ‘apologética’, ao maximizar os efeitos de suas manifestações. Para tanto, trata de estabelecer dois períodos nos quais se acentua o papel das tecnologias na construção de cenários e práticas comunicacionais. O primeiro diz respeito à existência dos ‘*mass media*’, na configuração da ‘sociedade dos meios’, e o segundo é compreendido pelo estágio atual da midiatisação, enquanto gerador não só da revolução do acesso, mas da própria atividade do conexismo. Uma segunda perspectiva, de natureza ‘analítica’, argumenta que a questão do acesso tem de fato profundas implicações sobre as formas de contato que o tecido social passa a desenvolver, mas entende também que esta dimensão não contempla a problemática da produção do sentido. Uma coisa diz respeito às condições de produção do acesso e circulação de mensagens e outra, inteiramente distinta – e, portanto, não contemplada pela convergência –, está relacionada com as condições de produção de sentidos.

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre algumas formulações do conceito de convergência no contexto do campo comunicacional, mas da perspectiva da problemática da produção de sentidos. Além de destacar a sua importância para as mudanças que se operam na produção de uma nova ambiência societária, lembramos que ela é também fonte de problematizações, na medida em que suas incidências sobre o tecido social apontam para o fato de que a convergência é também geradora de complexidades, no caso a divergência, como um dos seus efeitos. Assim sendo, procura-se aqui mapear, em um primeiro momento, proposições sobre o conceito de convergência, bem como observações sobre o cenário de sua manifestação; em seguida, são apontados outros fundamentos a respeito do ‘regime de descontinuidades’ impostos pelas práticas da organização social àquelas produzidas pela convergência; e, por fim, são suscitadas algumas hipóteses sobre outros processos observacionais que possam descrever dinâmicas entre convergência/divergência, levando-se em conta os contextos interacionais que envolvem sistemas sociais/sistemas socioindividuais segundo, ainda, aspectos epistemológicos que apontam de uma outra forma para a pertinência dos conceitos de circulação e de interpenetração.

2 Convergência

Recuperam-se algumas noções de convergência situadas na literatura da problemática comunicacional, especialmente no contexto da midiáticação em processo, ainda que alguns dos seus formuladores reduzam a problemática da midiáticação à noção de uma palavra vaga... Em todo caso, face à importância que tem a circulação de algumas ideias sobre a noção de convergência, destacamos o ponto de vista de Jenkins sobre a questão: “Por convergência – assinala – refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte, em busca de experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p. 29). Jenkins discute os efeitos da conjugação dos três fatores apontados acima (telecomunicações, informática e audiovisual), destacando a convergência em ato, ou seja: aspectos da ambiência em que se desenvolvem, bem como a processualidade dos seus componentes. O autor aponta para uma nova paisagem tecnocomunicacional na qual se estabeleceriam novas possibilidades de contatos entre nichos produtores e de usuários, estes últimos dinamizados pelas lógicas e operações de acesso. Ao valorizar a dimensão do acesso, destaca vários protagonismos, especialmente o de um sistema que dinamiza de outra forma a atividade dos consumidores, abandonando-se, desta forma, a concepção de audiências, segundo uma espera programada, algo que caracterizava seus contatos de até então com os *‘mass media’*. Tal modelo é marcado por uma certa hibridéz: de um lado, a crença segundo a qual a convergência teria suas lógicas confirmadas desde que plataformas possam acelerar fluxos. Por outro lado, aposta na ideia do acesso à realidade das plataformas e imagina que a tal ingresso se resumiria o complexo elenco de operações de apropriações que os usuários fazem em relação à oferta midiática.

Ressonâncias de uma lógica determinística subsistem na presente formulação. Entende-se que a disseminação da convergência e dos seus efeitos resultaria apenas das respostas que os consumidores viessem a dar e que as mesmas seriam enun-

ciadas segundo o horizonte de estímulos e expectativas definidos pelos agentes ofertadores. Como bem diz Jenkins: “A convergência representa uma transformação cultural [...] consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 30). O autor está parcialmente em sintonia com o ponto de vista segundo o qual há uma transformação profunda sobre o acesso provocado, por exemplo, pela internet, gerando novos tipos de relações dos indivíduos com fenômenos midiáticos. Porém, trata de modo superficial as mudanças que esta nova paisagem produz sobre tais relações, especificamente os modos como os atores individuais se apropriam desta oferta midiática. No lugar do reconhecimento de táticas e operações desenvolvidas pelos indivíduos, estes são estimulados a produzir outras formas de reconhecimento a partir de estímulos que não contemplariam suas próprias estratégias de apropriação. Por outras palavras, o pressuposto determinístico da convergência não considera um aspecto capital: “Além de produzir mudanças inéditas nas condições de circulação, [a www] [...] faz materialmente possível, pela primeira vez, a introdução da complexidade dos atores no espaço público e, em consequência, torna possível as estratégias de inumeráveis sistemas socioindividuais à margem de lógicas do consumo” (VERÓN, 2013, p. 218). A perspectiva sobre convergência formulada acima valoriza a problemática do acesso, mas não o trabalho sociosemiótico que os atores ali realizam. Para reconhecer a especificidade e a dimensão deste trabalho, em termos individuais, é preciso diferenciar a questão do acesso da mensagem daquela relativa aos sentidos:

Note-se que falamos de acesso às mensagens; não fazemos nenhuma hipótese sobre o acesso aos sentidos dos quais as mensagens são portadoras. As condições de acesso às mensagens e as condições de acesso ao sentido são duas problemáticas totalmente distintas. A primeira remete ao funcionamento das regras econômicas explícitas que definem o mercado da oferta discursiva dos meios e corresponde na verdade a uma análise em produção; a segunda fica no momento inteiramente aberta, corresponde a uma análise em reconhecimento (VERÓN, 1997, p. 14 e 15).

Para além do acesso e da observância de protocolos situados pela expectativa das lógicas em produção, é preciso, porém, interrogar-se (e descrever) sobre as relações dos indivíduos com inúmeros protocolos que envolvem o manejo do acesso às ofertas. Muitos desenham percursos sobre os efeitos do próprio manejo de suas identidades. Especialmente, quando a precondição do acesso a serviços, bens, conhecimentos, etc. requer mecanismos reguladores como senhas, condicionadores e prefiguradores de determinada performance. São questões que se desenvolvem em torno de lógicas conflitivas e, segundo o que abordaremos no capítulo seguinte deste trabalho, reúnem operações e marcas de processos de divergências que servem, justamente, para mostrar algo que vai além da observância do acesso. Aponta-se para dimensões de descontinuidades na dinâmica proposta pela formulação em convergência.

Dimensões psíquicas são lembradas como fatores constituintes da convergência, especialmente quando a mesma é vista da perspectiva de operações, fluxos, circuitos, etc. E na medida em que os mesmos envolvem as interações dos indivíduos, são espécies de ingredientes para a formação de uma inteligência coletiva. Ainda conforme Jenkins, a construção desta modalidade de inteligência

não ocorre por meio de aparelhos mais sofisticados. A convergência ocorre dentro do cérebro de consumidores individuais e em suas interações com outros. Cada um de nós constrói a sua própria mitologia pessoal, a partir de pedaços de fragmentações de informações, extraídas do fluxo midiático e transformadas em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por mais informações sobre um determinado assunto que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo. [...]. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático (JENKINS, 2008, p. 28).

Faremos apenas duas observações, de modo breve, que serviriam como argumentos para contestar tal formulação, dada a exiguidade de espaço para o desenvolvimento de uma argumentação mais ampla. Em primeiro lugar, sabe-se que um dos principais mecanismos de funcionamento da vida psíquica é a capacidade perlaborativa pelo indivíduo em relação às mensagens recebidas. Desenvolve complexo processo interpretativo cujas inteligibilidades e efeitos somente se sabem depois... Em segundo lugar, entendemos que a vida se constitui em torno de complexa conversação social que é constituída de múltiplas conversações, cujos processos de extrações enunciativas e de referências vão além das nossas relações com as mídias. Tanto um aspecto como o outro deveriam, portanto, ser submetidos a intensas e complexas empirias observacionais, a fim de que se possam firmar as conclusões mais cuidadosas sobre diferentes dimensões da cognição, responsáveis pela formação da inteligência, especificamente a noção de inteligência coletiva.

As proposições sobre convergência acentuam ainda modelos explicativos a partir do ponto de vista do ator em produção, descrevendo processualidades de suas dinâmicas sem, entretanto, examinar análise mais cuidadosa sobre as relações através das quais se funda a dinâmica de produtores/consumidores no contexto da convergência. É verdade que existem vários registros sobre estudos de casos. Mas seus processos observacionais já estão submetidos previamente aos enquadres de 'proposições dedutivistas' ou de formulações determinísticas, sem considerar outras pistas geradas pelos dados observados e/ou concedidos por aqueles que se encontram em situação de escura/observação. Em lugar de fazer as interrogações à natureza da própria intercambialidade complexa, subsistem fragmentos de afirmações dedutivistas, ao se dizer que a convergência altera "a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e público [...] {efetuando} também uma transformação na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação" (JENKINS, 2009, p. 44). Trata-se de uma observação enquadrada numa perspectiva causalista sobre as relações entre oferta e consumo, sobre as manifestações da convergência e seu impacto no tecido sociocomunicacional. É um olhar sobre o cenário comunicacional que não complexifica sua dinâmica

ao não observar elementos que operam como mediadores na constituição de seu funcionamento. Ratifica-se apenas que, além de afetar a dinâmica mais ampla do ambiente, a convergência opera sobre as lógicas das instituições midiáticas, bem como sobre os modos através dos quais os consumidores se expõem às possibilidades de contatos com universos produtores de mensagens. Esta ‘complexificação’ apontaria, como consequência, para a existência de uma dinâmica de circulação que, equidistante da noção de uma ‘zona automática’, teria, contudo, uma hegemonia na organização e no funcionamento dos processos interacionais, segundo lógicas fundadas na dinâmica da ‘oferta de acessos’. Neste caso, enfatiza-se de modo dominante apenas o fluxo que opera na direção provocada/arquitetada pelos nichos institucionais ofertadores e não no sentido inverso. E da inteligência coletiva acentuam-se seus ‘burburinhos’ por parte dos mercados das mídias, conforme pontuação acima feita por Jenkins. Isso significa que as marcas da performance da inteligência coletiva são extraídas à luz do espectro dos mecanismos da convergência, em produção. Nestas condições, a nova dinâmica circulatória se desenvolveria a partir da lógica de ‘propagação/propagabilidade’ cujos efeitos farão emergir o fenômeno do conexismo. É segundo tal ‘enquadre’ que os indivíduos são situados em torno de uma determinada performance: “O público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídias [...]” (JENKINS, 2014, p. 24). Segundo esta perspectiva, a noção de convergência vai além da organização de complexos setores (áudio, informática e telecomunicações) ao ensejar nova paisagem de atividade circulatória dinamizada por vínculos que, possivelmente estreitam distâncias, reúnem produtores e receptores, mas segundo ainda, sob as injunções da questão do acesso. Trata-se de um processo de fluxo contínuo “entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa” (JENKINS, 2009, p. 377). Também pode ser pensado como “um sistema híbrido e emergente feito de forma mais forte por atos de indivíduos e comunidades, uma vez que incorporam o conteúdo midiático em suas interações com os outros, muitas vezes movendo as mídias de um lugar para outro sem autorização

de seus produtores” (JENKINS, 2015, p. 111). Neste enunciado destaca-se o cerne do quadro conceitual desta formulação como convergente com a lógica causalista. A ênfase atribuída ao conceito de circulação privilegia mais a dinâmica do acesso dos que seus efeitos. Há uma ênfase sobre a importância dada aos circuitos e fluxos de mensagens. Porém, ignoram-se as diferenças que se engendrariam resultantes da dinâmica do acesso e motivadas pelas diferentes operações de estratégias que envolveriam diretamente o processo interacional entre instituições e atores sociais, operações estas cujas marcas somente poderiam vir à luz pelos embates da produção de sentidos.

3 Divergência

Das noções formuladas no item anterior, retém-se a compreensão de que a convergência geraria nova arquitetura comunicacional, organizaria novas formas de vínculos segundo um trabalho enfatizado no contexto do acesso; entretanto, tais fatores não complexificariam, portanto, os efeitos do que se passa nesta dinâmica de contatos regidos pela lógica da convergência. Sem dúvida, há um intento no sentido de descrever esta nova paisagem e segundo perspectiva que tem se constituído na referência dominante para explicar fenômenos advindos da convergência. Da nossa perspectiva, entende-se haver uma proximidade entre as dimensões do funcionalismo e do conexismo para explicar o fenômeno da comunicação: ambos se pautam por lógicas e fundamentos causalistas. Entende-se, conforme veremos, que há uma outra parte desta problemática de cujas ‘patas da convergência’ não deram conta. Reconhecer apenas esta dimensão causal seria atribuir a este fenômeno uma força determinística, o que não parece ser correto da perspectiva de uma série de estudos que introduzem outras dimensões a partir de outros quadros conceituais, para explicar a convergência, suas manifestações e seus impactos.

Procuramos, então, neste item, refletir sobre as discontinuidades entre convergência/divergência a partir de observações que emanam de algumas tradições de estudos feitos, de um lado, no âmbito da sociologia, da inovação, da cultura, etc.

e, de outro, da perspectiva de uma sociossemiótica que inflexiona postulados das teorias da complexidade sobre manifestações de caráter midiático. Especificamente, outro tipo de trabalho teórico que se faz em torno de uma outra noção sobre o conceito de circulação. Num passado mais longínquo, disseminou-se o ponto de vista fundado na crença segundo a qual a produção de comportamentos convergentes resultaria do espalhamento de mensagens, conforme apregoaram as teorias da difusão da inovação. Estas serviam como referências para longos anos de investigação sobre o papel da comunicação na mudança de estruturas das políticas de modernização, de natureza agrícola, orientadas pela tradição da *diffusion of innovation*. O modelo tinha um caráter processual, mas causalista ao entender que toda inovação somente poderia ocorrer através de um longo processo de extensão de mensagem que nasceria nos nichos técnico-econômico-políticos (da oferta da inovação) e se disseminaria na direção das realidades susceptíveis de implementar as pautas e conhecimentos transmitidos. Entre extensão e adoção, eram lembrados mecanismos que tratavam de cristalizar o ponto de vista do ato (institucional) da oferta. De alguma forma, este esquema é uma submatriz do que se convencionou chamar de “paradigma lassweliano”. Este lembra que os efeitos de uma mensagem decorrem sempre de uma atividade que consiste no deslocamento desta de um polo transmissor a um outro, o da recepção (quem diz o que, a quem, por que canal, com quais efeitos). Em ambos os modelos a problemática da circulação foi ignorada, insulada ou, também, automatizada pelo ponto de vista encapsulador, por parte da ação emissional. Esta lógica também subsistiu naqueles momentos que introduziram “interrogações” sobre a efetividade da “teoria dos efeitos” (como “fluxo da comunicação em dois tempos” e “usos de gratificação de mensagens”). Mesmo reconhecendo que os efeitos passariam por outras mediações, o papel e a inteligibilidade destes enfoques se mantiveram situados como uma problemática causal entre produtores e receptores. Portanto, as mensagens se dariam apenas num âmbito específico que cuidaria dos espalhamentos de conteúdos, segundo operações equidistantes de aderências e de restrições. Nestas condições, a circulação situava-se entre desconhecimentos ou naturalizações; ou seja, apenas como zona de passagem. Outros

paradigmas sociológicos tomaram as tecnologias de comunicação como objeto visando conhecer seu impacto na sociedade. Dividiram-se entre percepções pessimistas e otimistas: as primeiras, inspiradas numa visão determinista, denunciavam que os tempos de mundo transparente e de convivialidade seriam afetados pela intervenção das mídias. A segunda, permanecendo também numa perspectiva otimista, destacava de modo positivo o papel das técnicas de comunicação sobre o tecido social, reconhecendo a importância dos meios como fontes de organização e de gestão da vida social. Ou seja, a observação investigativa sobre os vínculos entre meios e sociedade deixava de fora outras mediações – como as dinâmicas de circulação – que poderiam contribuir para ver tais relações de modo mais complexo.

De uma perspectiva mais etnográfica, que se inspirava em angulações relacionais, examinava-se a relação meio e sociedade a partir da articulação entre instâncias produtoras e as dos atores sociais (receptores). O exame de tal articulação leva em conta ênfases sobre a descrição das lógicas que os atores mobilizam para estabelecer vínculos com as ofertas. Ou seja, como tratam de decodificar, redesenhar e ressignificar mensagens a partir dos seus universos. Pode-se dizer que a eleição de proposições metodológicas de natureza qualitativa desloca a noção de recepção de um estágio de passividade para um outro de atividades simbólicas, oferecendo pistas para descrever as suas manifestações enunciadas no âmbito de outros circuitos interacionais.

A problemática das inovações técnicas, enquanto oferta dirigida ao tecido social, e as formas de contatos que os atores travam com suas manifestações geram estudos que se voltam para descrever os processos de apropriação de tais ofertas por parte dos usuários. Tal perspectiva valoriza, de um lado, instrumentos analíticos e, principalmente, como os mesmos podem captar discursos. E, de outro, a eleição de problemáticas que em modelos funcionalistas não vinham à tona, considerando suas preocupações no sentido de se fixarem apenas na perspectiva dos atores em produção. Destaca-se a contribuição inovadora e disseminadora de Michel de Certeau (a 'leitura como trabalho') ao estudar as operações e táticas que o "homem ordinário" realiza para lidar com as ofertas de estratégias institucionais. Tais

proposições vão influenciar largamente investigações sobre uso e apropriação social de tecnologias de comunicação, especificamente aquelas que examinam a inserção delas em contextos (movimentos sociais, processos de inovações e de lutas sociais) nos quais protocolos de atores sociais se apropriam de tecnologias de comunicação que despontavam como dispositivo estratégico. Examinam-se, de modo específico, as negociações que os atores sociais desenvolviam a partir de suas lógicas para se apropriar de dispositivos técnicos a serem integrados em suas práticas e ações.

Ainda que não tragam à tona a problemática da circulação, tais perspectivas acima apontadas despontam com grande sensibilidade para examinar, através de critérios mais qualitativos, as aproximações e articulações entre nichos produtivos e receptores de mensagens. Especificamente, o que viria a ser questão apontada, anos após, pela “semiótica aberta” (VERÓN; BOUTAUD, 2007) e problematizada pela arquitetura evanescente da circulação: a descrição de lógicas distintas sobre as quais repousariam os processos de negociação de sentidos via embates discursivos. Estas orientações vão oferecer seu contributo para o avanço da pesquisa sobre circulação. Propõem que não se trataria de estudar a mensagem em si, mas a dinâmica de discursos que estariam situados na ação entre produção e recepção, estes submetidos ao enquadre da atividade circulatória. Em lugar de lógicas transmissionais, ênfases sobre os processos relacionais atravessados pela complexidade da interpenetração, algo que viria a ser uma dimensão fundamental enquanto instância organizante de um outro trabalho da circulação.

3.1 A circulação fonte de complexidade

A circulação é retirada da condição de “zona automática”, segundo perspectivas epistemológicas da complexidade que consideram os fenômenos da comunicação e da produção de sentidos estruturados como fenômenos distantes do equilíbrio. Examinariam os processos comunicacionais para além de dimensões transferenciais – conforme as formulações da teoria da informação e as perspectivas interacionais, centradas nas angulações binárias da articulação significante/significado; etc.

Por um lado, os modelos binários acentuavam o funcionamento da comunicação a partir da noção da intencionalidade do ator, em situação de produção – ou ainda da perspectiva de ajuste de sentidos entre produtores e receptores de mensagens. Por outro, outras perspectivas epistemológicas introduziam no lugar do ajuste entre P e R a noção de diferença. Ou seja, desponta o modelo segundo o qual a interação P/R não é uma dinâmica transferencial controlada pelo primeiro, mas ocorre por relação que se estrutura em torno de uma diferença.

Tanto a experiência comunicacional de caráter interpessoal como aquela de ordem midiática são constituída por um padrão que opera as vinculações entre produtores e receptores de discursos. “Trata-se de um padrão de segunda ordem, que podemos chamar de contextos, sem os quais palavras e ações não têm nenhum significado [...] contexto no sentido superficial e parcialmente consciente das relações pessoais, e contexto nos processos muito mais profundos e arcaicos [...]” (BATESON, 1986, p. 23). Enquanto espécie de emaranhamentos, a estrutura sobre a qual se funda o trabalho da comunicação realiza variadas e múltiplas operações, muitas das quais não se encontram a olho nu. E uma delas é o fato da problemática do sentido, seja em produção ou em recepção, realizar-se em torno de uma assimetria estrutural, suscitando mais diferença do que convergência. Ou seja: “Todo recebimento de informação é necessariamente o recebimento de informações de *diferença*, e toda percepção da diferença está limitada pela entrada” (BATESON, 1986, p. 35). Há polos que se constituem por suas próprias especificidades, que restringem o acesso e elaboram leituras sobre o que lhes chega, designando diferenças e, portanto, distâncias entre si. Mobilizam esquemas de classificações e gramáticas para dar conta das possibilidades de apreensibilidade daquilo que a circulação potencializa como intercâmbio entre eles. A intervenção dos elementos desta complexa atividade somente se deixa ver pelos produtos e não pelos processos, tornando mais imprevisíveis os efeitos da informação como evento. Para explicar esta situação de desequilíbrio interacional, sobre a qual opera a produção de sentido, Bateson nos convida a pensar na ideia segundo a qual “o novo só pode ser extraído do acaso. E para tirar o novo do acaso se e quando ocorre e ele se mostra, é necessário

um certo tipo de maquinaria seletiva para explicar a persistência da nova ideia” (BATESON, 1986, p. 52). A maquinaria tende a ser uma espécie de “estrutura que une” ao fazer o trabalho vinculante entre produção e recepção. Mas não se trata de estrutura que tem sobre estes polos uma ação determinística, pois ela sofre também as “injunções” por parte daqueles polos. Esta estrutura tem uma dinâmica. É na conjugação do trabalho destes dois polos, no âmbito desta ambiência, que se dá a criação da informação, enquanto diferença: “Devem existir duas entidades (reais ou imaginárias) tais que a diferença entre elas possa ser inerente ao seu relacionamento mútuo” (BATESON, 1986, p. 72). Isso significa reconhecimento de um terceiro elemento – a energia colateral – entre as duas partes para gerar a interação. No caso, trata-se do trabalho da maquinaria. Como explicar de um modo mais didático a relação existente entre esta proposição e o conceito de circulação? Em fragmentos da obra batesoniana identificamos algumas descrições que chamam a atenção para o fato de que “no mundo das ideias [...] é necessária uma *relação*, seja entre duas partes ou entre uma parte no tempo 1 e a mesma parte no tempo 2, para ativar um terceiro componente que poderemos chamar de *receptor*. Aquilo a que o receptor [...] reage diz respeito a uma *diferença* ou a uma *mudança*” (grifo do autor) (BATESON, 1986, p. 104). É na esfera desta relação de dupla inscrição que se organizam o trabalho da circulação e a diferença como seu resultado. Numa exemplificação o autor didatiza ainda o mecanismo do qual aparece o conceito de circulação. Diz-nos:

Ao dar palestras, normalmente faço um forte ponto com giz na superfície do quadro negro, pressionando um pouco o giz contra a lousa para que o sinal fique espesso [...]. Se eu baixar a ponta do meu dedo – uma região dada sensível – verticalmente sobre o ponto branco, não o sentirei. Se eu mover, entretanto, meu dedo de um lado para outro do sinal, a diferença de nível será nítida. Saberei exatamente onde a extremidade do ponto está, qual a sua inclinação e assim por diante. O que ocorre é que este estado de coisas estável, inalterável, que supostamente existe no universo exterior, bastante indiferente ao fato de o sentirmos, ou não, tor-

na-se a causa do evento. Uma função de intervalo, uma forte mudança no estado do relacionamento entre a parte do meu dedo e a superfície do quadro negro. Meu dedo desliza suavemente sobre a superfície uniforme até que encontra a borda do ponto branco. Neste momento no tempo há uma descontinuidade, um intervalo; e logo após ocorre um intervalo contrário à medida que meu dedo deixa o ponto para trás (BATESON, 1986, p. 104).

No contexto de vários modelos, alguns dos quais acima reportados, a dimensão circulatória no processo da comunicação não poderia ser examinada em sua complexidade na medida em que estava insulada e, portanto, naturalizada por parte dos dispositivos analíticos que observavam apenas a performance dos dois polos (P/R), e a partir de fatores causalistas. Mas é a partir da formulação de Bateson que a circulação aparece segundo uma noção situada em uma relação, mas constituindo a sua própria complexidade.

3.2 A inflexão sociossemiótica

O conceito de circulação aparece segundo outro desenho, situado em trajetórias de estudos sociossemióticos, ao longo de pelo menos cinco décadas nas quais se apresentam configurações de suas manifestações. Privilegia-se a circulação da perspectiva de uma semiótica voltada para a produção de sentidos, perspectiva equidistante dos estudos comunicacionais permeados pelos paradigmas funcionalistas. Trata-se de perspectiva que examina a produção do sentido a partir da noção de um amplo e complexo trabalho significativo que trata de materializar em discursos as operações engendrantes de sentido. De modo ainda mais específico, o universo para o qual se volta esta perspectiva privilegia suas observações sobre as manifestações da comunicação midiática, no seio da qual se examina a questão dos sentidos, em termos de produção e de recepção de discursos.

Trata-se de uma visada que vê as condições de produção de sentido enquanto fenômeno que se materializa em torno de operações tecnomidiáticas. Estas, configuradas na forma de

discursos, são apropriadas segundo lógicas distintas por diferentes práticas sociais. Uma característica central da mediação em processo é o fato de que a organização social se estrutura segundo lógicas e operações dos meios, engendrando novas relações entre instituições e os atores sociais mediante complexos *feedbacks* que ultrapassam aqueles que se caracterizam por binaridades de envios e de reenvios, segundo intercambialidades mais restritas. No contexto atual da mediação, os fenômenos midiáticos tratam de complexificar o funcionamento da organização social, em termos de lógicas de mídia, algo que se manifesta de modo complexo sobre as condições de circulação discursiva. Se a distância entre produtores e receptores de discursos resulta de lógicas e gramáticas distintas – sobre as quais se produzem sentidos, manifestando-se desde já no âmbito de qualquer modalidade de comunicação humana – ela se acentua no atual estágio da mediação em curso, reconfigurando os processos interacionais: “Em vez de acentuar a uniformidade social [expectativa suscitada pela convergência], a mediação acelerada das sociedades industriais leva-nos, muito provavelmente, a funcionamentos significantes cada vez mais complexos” (VERÓN, 2004, p. 85). Afeta a fisionomia da circulação na medida em que as clássicas relações entre produtores e receptores de mensagens passam a se estruturar em torno de novas lógicas e operações de circuitos de diversas naturezas e que são fundadas – insistimos neste aspecto – sobre lógicas de diferenças.

A problematização sobre o conceito de circulação remonta a uma longa trajetória de pesquisas, e um modo de compreender a circulação no contexto da mediação é suscitado por proposições epistemológicas da complexidade que apontam para um giro na compreensão do modo de organização, funcionamento e relações entre os sistemas sociais:

Superamos as divisões artificiais entre reinos supostamente autônomos como o político, o econômico e o social. Agora os sistemas sociais são trivialmente não lineares e também trivialmente (como todo sistema vivo) longe do equilíbrio. Cada ação leva a um *feedback* negativo ou positivo. As condições para o aparecimento de estruturas dis-

sipativas e a auto-organização obviamente existem. Dado que o caos existente na dinâmica é na verdade um fenômeno inesperado [...] temos que esperar a instabilidade em sistemas sociais porque as decisões não podem ser associadas a nenhuma regra determinística (PRIGOGINE, 2009, p. 32).

De um modo breve, pode-se lembrar que a emergência da circulação e as consequências de seu funcionamento e de suas operações estão associadas a modelos e investigações sobre a produção do sentido que foram além da perspectiva do funcionalismo e dos efeitos de suas “patas”, especificamente, as hipóteses sobre os efeitos “*mass communications*”. De uma perspectiva já mais distante dos dias atuais, condensamos, de modo breve, algumas formulações sobre seu estatuto. Outrora, a circulação foi concebida como um elo intermediário de um sistema de produção e recepção de discursos. Mas, também, sua atividade é não linear, pois

comporta bifurcações e que, por consequência, a circulação da comunicação é um processo que está afastado do equilíbrio. [...] Essas primeira formas de tentar compreender a questão da não-linearidade ou defasagem de produção e reconhecimento indica que a circulação discursiva é uma das principais fontes da complexidade social (não é a única) (VERÓN, 2008, p. 149).

Em outro momento, levou-se em conta que os sentidos não se produzem de modo linear, pois são submetidos a complexas operações que vão além de lógicas causalistas e determinísticas. Face a esta hipótese, mais do que uma “zona de passagem”, a circulação deveria ser concebida como a diferença na atividade entre produção e reconhecimento. Ou seja, diferença enquanto um desajuste que impediria haver uma intercambialidade ajustada de signos, portanto convergente entre aquelas duas instâncias do processo da comunicação. Vinha à tona a noção de “defasagem entre produção e reconhecimento [...] uma propriedade constitutiva, estrutural, de toda a comunicação em todos os níveis [...] de seu funcionamento, o qual faz com que o esquema da

comunicação seja assimétrico e irreversível” (VERÓN, 2001, p. 130). Isso significa que a produção discursiva se encontra submetida à lógica deste “desajuste”: os sentidos se produzem em torno de “feixes de relações” reunindo mais divergências do que convergências. “É nesta escalada de observação que uma propriedade fundamental da circulação do sentido se torna visível: esta última é marcada por indeterminação” (VERÓN, 2004, p. 82).

A concepção atribuída à defasagem, aqui exposta, lembra a noção de diferença conforme foi acima formulada por Bateson. Mas também entendida como espaço de potencialidade, pois sua “evanescência” dá ao modelo a sua dinâmica: designa o modo como o trabalho do investimento do sentido nas matérias significantes se transforma no tempo (VERÓN, 2004, p. 53). A defasagem entre produção e reconhecimento faz com que todo o processo da comunicação seja, por natureza, assimétrico e irreversível. Suas manifestações podem ser observadas em macro e micro processos; aqueles relativos ao funcionamento da internet promovem “mutação nas condições de acesso dos atores individuais à discursividade midiática, produzindo transformações inéditas nas condições de circulação” (VERÓN, 2013, p. 281). Reunidos em torno de novas fronteiras organizadas pela “arquitetura” da circulação, produtores e receptores enunciam discursos que trazem marcas desta inevitável assimetria.

4 A interpenetração

Os processos e operações de midiatização operam segundo complexa atividade circulatória que se materializa nas interações entre produção e recepção através de lógicas que lhes são distintas, mas, ao mesmo tempo, interpenetrantes. Teorias sobre sistemas complexos convergem com algumas preocupações veiculadas em ‘semiótica aberta’ (VERÓN; BOUTAUD, 2007). Ali se propõe que, antes de entrar em interações, cada um daqueles polos desenvolve suas próprias atividades de *auto-poiesis*, enquanto sistemas específicos. De um lado, os nichos institucionais (produção), enquanto sistemas sociais e, de outro, os nichos dos atores sociais (receptores) que abrigariam os atores

sociais. Ambos desenvolvem atividades autopoiéticas distintas segundo suas próprias gramáticas e respectivos fundamentos. Trata-se de uma relação que envolve dois subconjuntos – sistema e ambiente – segundo uma dinâmica na qual os sistemas sociais teriam como entorno os sistemas socioindividuais e estes como entorno os sistemas sociais. Estes polos se contatariam a partir de lógicas que os diferenciam, segundo acoplamentos que não extinguiriam suas singularidades, mas as potencializariam segundo operações de intercambialidades, nomeadas por Luhmann como uma atividade de interpenetração.

O conceito de interpenetração não se trata de uma relação geral entre sistema e meio. Mas sim de uma relação entre sistemas que pertencem reciprocamente um ao meio do outro. No campo das relações inter-sistêmicas, o conceito de interpenetração aponta um nível mais estreito que deve deslindar-se, principalmente, dos rendimentos de input/output. Fala-se em penetração, quando um sistema disponibiliza a sua própria complexidade, para que outro se construa. Assim, existe interpenetração, quando essa situação é recíproca: ou seja, quando ambos os sistemas mutuamente permitem-se ‘proporcionar sua própria complexidade pré-construída’. Em caso de penetração, o comportamento do sistema penetrador está codeterminado pelo sistema receptor. No caso da interpenetração, o sistema receptor exerce também uma influência retroativa sobre a formação de estruturas do sistema penetrador; intervindo, portanto, de duas formas: a partir do interior e do exterior? (Luhmann, 2009, p. 267).

Primeiras aproximações com esta formulação são apenas de caráter seminal, mas a problemática das articulações entre os dois âmbitos, situando-os em torno de dinâmicas, já renunciaria a natureza da circulação como fonte de complexidade. Tais aproximações destacam pistas sobre os efeitos da convergência, apontando desajustes e assimetrias resultantes da dinâmica entre oferta e apropriação. Indicam que a ‘arquitetura’ da convergência e suas manifestações comunicacionais emergen-

tes tendem a acentuar assimetrias, apontando a relação entre sistemas midiáticos/recepção como uma atividade geradora de intercâmbios complexos, fundados na ideia de indeterminação de sentidos (VERÓN, 2001). Poder-se-ia dizer que estes intentos investigativos se encontravam a meio caminho para se buscar a compreensão do conceito de indeterminação, ao estudar as lógicas dos receptores, enquanto processos semioticamente individualizados, mas no contexto de uma complexa articulação entre produção e recepção de discursos. A própria formulação sobre o cenário da convergência, no exame empírico das relações entre núcleos da produção e da recepção, apontaria uma tensão chamando atenção para as descontinuidades entre estes dois polos.

Apontavam-se como lógicas em produção se materializavam em recepção segundo outros postulados e estratégias de uso: a pequena tela televisiva não é somente cada vez maior, como deixa de ser um espaço faneroscópico, como diria Peirce, para transformar-se em uma superfície operatória multi-midiática controlada pelo receptor. [...] Essa superfície operatória abarcará tudo: informação, entretenimento, computação telefônica, comunicação interpessoal. Conheceremos, pois, a ‘convergência’ tecnológica que a IP torna possível e que coincide, paradoxalmente, com a ‘P divergência’ entre oferta e demanda na história dos meios (VERÓN, 2007, p. 12).

Também neste cenário, apenas indicativo sobre a manifestação dos processos interpenetrativos, é lembrado que um dos efeitos da “revolução do acesso” é o fato do universo da recepção controlar parcialmente a dinâmica da atividade circulatória, ao operar sobre os fluxos de contatos entre as dimensões do público e do privado. Ou seja, há uma mudança no paradigma comunicacional que é afetado pela ‘revolução do acesso’: o usuário pode produzir conteúdos e, além disso, o usuário tem o controle do *switch* entre público e privado.

Complexifica-se, então, a noção de defasagem entre os dois sistemas – produção e recepção – na medida em que a distância entre os mesmos se reduz, por conta da dinâmica de fluxos

e de acessos, mas envolvida em uma nova dinâmica de heterogeneidades resultantes de algo muito mais complexo do que intercâmbios tentativamente ajustáveis. O que representa a atividade da interpenetração? Dinâmicas dos campos, para além de fronteiras próprias, operando via circuitos – que levam a produção de sentido adiante, para o “território” das bifurcações e dos seus efeitos – modificam a cena da comunicação fundada na noção de equilíbrio. A complexidade da produção de sentidos se superpõe a lógica do acesso como dimensão explicativa sobre a performance comunicacional. Surge a interpenetração como uma nova interface de complexidade entre as estratégias de produção dos sistemas sociais e aquelas dos sistemas socioindividuais. Mais do que geradora de defasagens entre eles, a interpenetração é uma espécie de matriz dinamizadora de assimetrias que se manifestam no contato entre estes dois sistemas. O trabalho enunciativo de cada um deles – sistema social de produtor de mensagem em produção e sistema produtor de mensagem em recepção – se assenta sobre suas próprias *autopoiesis*, as respectivas condições de produção, de gramáticas e de lógicas que lhes são específicas. Quando acopladas, as marcas destes dois sistemas produtivos se interpenetram reciprocamente, permeando-se segundo operações que são fontes de desordens, uma vez que não reside na atividade interpenetrante em si nenhuma possibilidade de controle sobre as disposições, enunciações, efeitos de sentidos, etc. Esta cena se complexifica mais ainda na medida em que outros elementos remissivamente mobilizados, em termos conscientes ou não, (pertencentes a outras ‘cenas primárias’), não estando num plano visível, tornam difícil a apreensibilidade de suas caracterizações. Por outras palavras: marcas outras estariam fora dos horizontes dos trabalhos, das condições e dos universos discursivos destes dois sistemas. Porém, mais do que marcas apontando suas singularidades, lógicas também sinalizam a constituição básica que qualifica suas diferenças em termos do trabalho de produção de sentidos. Longe de uma atividade unificante e produtora do equilíbrio, a interpenetração possibilita a relação entre os sistemas, algo que é motivado pela dinâmica dos fluxos/ acesso dos processos e da mediação em curso. Mas também ela é causadora do aprofundamento da complexidade na medida em que suas dinâmicas incidem sobre a atividade enunciativa

dos sistemas, especificamente, heterogeneidades e diferenças, fazendo com que sentidos convirjam menos e ingressem mais em territórios de bifurcações e de indeterminações. Também os deslocamentos remissivos que se fazem na esfera da interpenetração, aquém das superfícies e das heterogeneidades de gramáticas, lógicas manifestas, etc..., remetem a questão da diferença para outras instâncias de maior complexidade que habitam o denso e “misterioso” continente da *semiosis*.

5 À guisa de conclusão

Que consequências se podem extrair, provisoriamente, do ponto de vista da convergência, em suas dimensões mais complexas, levando-se em conta ângulos das descontinuidades, da divergência e de pistas mais problemáticas suscitadas pelas dinâmicas da interpenetração nas articulações entre produção/recepção?

No estágio atual da midiatização, a pesquisa aponta que é neste cenário de interpenetração – muito mais de divergência do que convergência – e de tensões entre acoplamentos e dissipações que

a história se desenvolve agora em um intrínseco processo de convergência e divergência entre meios novos e velhos, com novos cruzamentos entre o simbólico, o indicial e o icônico e a nova digitalização gerando uma malha cada vez mais complexa e diversa. Na qual a batalha pelo controle dos espaços públicos, privados e íntimos se disputa dia a dia com a participação cada vez maior de enunciadores com desenlaces cada vez menos previsíveis, nos quais os poderes não podem evitar de ser interpelados (CARLÓN, 2016, p. 169).

Portanto, levar o trabalho do observador adiante no afã de descrever as marcas de complexidades, implica que se leve em conta que as tarefas de investigação e de ações comunicativas estão também cada vez mais atravessadas por dinâmicas de interpenetrações.

Referências

- BATESON, Gregory. **La nature et la pensée**. Paris: Seuil, 1984.
- BATESON, Gregory. **Mente e natureza**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, 1986. BRAGA, José Luiz et al. (orgs). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2013.
- CÁDIMA, F. Rui. Sobre o digital: convergência, divergência e fractura. In: SÁÁGUA, João; CÁDIMA, R;. **Comunicação e linguagem: novas convergências**. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2015. p. 265-286.
- CANCLINI, Néstor Garcia. Eu, você e o Facebook. **Cultura e Pensamento**, n. 4, p. 62-77, nov./dez. 2010.
- CARLÓN, Mario. **Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y Youtube**. Buenos Aires: La Crujía, 2016.
- CASTRO, Paulo César (org.). **Vigiar a vigilância: uma questão de saberes?** Maceió: Edufal, 2016.
- CHARTIER, Roger. **Inscrever e apagar: cultura escrita e literatura, séculos XI-XVIII**. São Paulo: Editora Unesp, 2007.
- CULIOLI, Antoine. **Escritos**. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor, 2010.
- DAMÁSIO, António R. **E o cérebro criou o homem**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Ensinando à televisão: estratégias de recepção da TV Escola**. João Pessoa: Editora UFPB, 2001.
- FAUSTO NETO, Antonio. Comunicação das organizações: da vigilância aos pontos de fuga. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; SOARES, Ana Thereza Nogueira (org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008. p. 39-63.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Os nomes da comunicação**. São Paulo: Annablume; Grupo ESPACC, 2012.

- GROHMANN, Rafael. O selfie de Jenkins: Entrevista com Henry Jenkins. **Parágrafo**, v.1, n. 3, p. 108-113, jan./jun. 2015.
- JOURÉGUIBERRY, Francis; PROULX, Serge. **Usages et enjeux des technologies de communication**. Toulouse: Éditions érès, 2011.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, Henry. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- [JÁ CONSTA ACIMA SOB “GROHMANN”] JENKINS, Henry. Entrevista. In: **Parágrafo**, v.1, n.3. Jan-Jun, 2015.
- LUHMANN, Niklas. **Introdução à Teoria dos Sistemas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- LUHMANN, Niklas. **La sociedad de la sociedad**. México: Editorial Herder, 2006.
- MANOVICH, Lev. A ciência da cultura? Computação social, humanidades digitais e analítica cultural. **Matrizes**, v. 9, n. 2, p. 67-83, jul./dez. 2015.
- MORIN, Edgar. **Ensinar a viver: manifesto para mudar a educação**. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 5. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- MORLEY, David. Televisão, tecnologia e cultura: uma abordagem contextualizada. **Parágrafo**, v.1, n. 3, p. 21-33, jan./jun. 2015.
- PÉREZ, Rafael Alberto; MASSONI, Sandra. **Hacia una teoría general de la estrategia: el cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones**. Barcelona: Editorial Ariel, 2009.
- PERRIAULT, Jacques. **Las máquinas de comunicar**. Barcelona: Gedisa, 1991.
- PRIGOGINE, Ilya. **A nova aliança: metamorfose da ciência**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1984.

- PRIGOGINE, Ilya. **O fim das certezas**: tempo, caos e as leis da natureza. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1996.
- PRIGOGINE, Ilya. **Ciência, razão e paixão**. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2009.
- SCOLARI, Carlos; BERTETTI, Paolo. La televisión, esse fenómeno “masivo” que conocimos, está condenada a desaparecer: Entrevista com Eliseo Verón. **Mediamerica**, Torino, 2007. Disponível em: <https://interfacesypantallas.files.wordpress.com/2009/06/mediamerica-entrevista_veron.pdf>. Acesso em: 10 out. 2016.
- SENNETT, Richard. **Juntos**: os rituais, os prazeres e a política da cooperação. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- SERRES, Michel. **Polegarzinha**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.
- VERÓN, Eliseo. Les médias em réception: les enjeux de la complexité (Causa Rerum). **Médiaspouvoirs**, n. 21, mar. 1991.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediación. **Diálogos de la comunicación**, n. 48, p. 9-16, 1997.
- VERÓN, Eliseo. **Esto no es un libro**. Barcelona: Gedisa, 1999.
- VERÓN, Eliseo. **Efectos de agenda**. Barcelona: Gedisa, 1999.
- VERÓN, Eliseo. **Espacios mentales**. Barcelona: Gedisa, 2001.
- VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
- VERÓN, Eliseo; BOUTAUD, Jean-Jacques. **Sémiotique ouverte**: itinéraires sémiotiques en communication. Paris: Lavoisier, 2007.
- VERÓN, Eliseo. Regreso al futuro de la comunicación. **Cuadernos de Comunicación**, n. 3, p. 35-42, 2007.
- VERÓN, Eliseo. Do contrato de leitura às mutações na comunicação. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; HEBERLÊ, Antonio L. O. **A diáspora comunicacional que se fez escola latino-americana**: as ideias de

- Eliseo Verón. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/METODISTA, Universidade Metodista de São Paulo, 2008.
- VERÓN, Eliseo. Prólogo. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio (org.). **Las políticas de los internautas**: nuevas formas de participación. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 9 - 15.
- VERÓN, Eliseo. **La semiosis social, 2**: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.

Valorização do capital e semiose mediatizada: entre modos de produção e formas de produzir

Valuetion of capital and mediated semiosis: between modes of production and forms of bringing forth

*Jairo Ferreira*¹

RESUMO: Neste capítulo, o objetivo é refletir sobre como este meio específico – a tecnologia – pode ser pensado na perspectiva das epistemologias da mediação em tensão com o modo de produção do capital. As questões centrais aqui abordadas são: há uma contradição entre a semiose social que se instala nos processos de mediação e a semiose dos processos de valorização do capital? Em que medida a segunda aciona a valorização como troca simétrica entre valores? Ou, pelo contrário, há uma aceleração das defasagens irreversíveis nos processos de sentido, inerente à circulação midiática contemporânea? Retomamos os conceitos de formas de produção e formas de valorização de sentido como mais apropriados para pensar a tensão entre mediação e modo de produção capitalista – em que a disrupção inerente à semiose social mediada rompe com os limites ten-

1 Professor Titular do PPGCC – Unisinos. E-mail: jferreira@unisinos.br. Desenvolve pesquisas nos seguintes temas: epistemologias da comunicação, mediação, dispositivos e processos **sociomidiáticos**. CV: <http://lattes.cnpq.br/8243334414084240>.

tados pelas regulações e controles típicos dos sistemas midiáticos digitais em rede, contemporâneos. Mas concluímos que as disrupções contemporâneas, agenciadas pelo paradigma midiático-indiciário, podem ser funcionais à desrealização do capital típica do capitalismo financeiro.

PALAVRAS-CHAVE: semiose; tecnologia; meios; usos, práticas e apropriações; economia política.

ABSTRACT: In this chapter, the goal is to reflect on how this specific medium – technology – can be thought of in the perspective of the epistemologies of mediatization in tension with the mode of production of capital. The central issues addressed here are: is there a contradiction between the social semiosis that is installed in the processes of mediatization and the semiosis of capital valuation processes? To what extent does the second actuate valuation as a symmetric exchange between values? Or, on the contrary, is there an acceleration of irreversible gaps in the processes of sense inherent in contemporary media circulation? We resume the concepts of forms of production and ways of valuing meaning as more appropriate to think of the tension between mediatization and the capitalist mode of production - in which the disruption inherent in mediated social semiosis breaks with the limits tempted by the regulations and controls typical of media systems in digital network, contemporary. Yet, we conclude that contemporaneous disruptions, agenciated by the media-indicium paradigm, can be functional to the derealization of capital typical of financial capitalism.

KEYWORDS: semiosis; technology; means; uses, practices and appropriations; political economy.

1 Introdução

Diz-se que meio de comunicação não é tecnologia. Sim, a tecnologia não é o único meio de comunicação. Porém, o meio também é tecnologia. Nesse sentido, há duas ideologias: estabelecer a igualdade entre meio de comunicação e tecnologia e subtrair a tecnologia dos meios de comunicação. Esse percurso crítico, na modernidade, foi inaugurado por Marx. O percurso

das técnicas e tecnologias até os modos de produção é uma das grandes heranças da crítica à economia política, desenvolvida por Marx. Inserida em relações sociais de produção, a técnica e tecnologia não produz, em si, valores sociais. É sempre meio acionado por outros valores – no caso, a valorização do capital econômico. Porém, uma vez mobilizada como força produtiva (objetivada especialmente em capital constante, portanto, trabalho morto, se utilizarmos a terminologia marxista), a tecnologia ingressa num conjunto de relações sociais de valorização, onde as ações e interações sociais passam a ser centrais – nas relações com a natureza e com o social. O capital, inclusive o imobilizado em tecnologias, passa a mediar as relações entre trabalho, técnica e tecnologias.

A mediação contemporânea é parte destes processos, como sugere a linhagem de pesquisa em economia política da comunicação. Nesse sentido, pode-se falar em separação entre trabalho, técnica e tecnologias também no que se refere à produção social de signos, linguagem e discursos, visando a interações sociais e com a natureza. Essa separação é indissociável da apropriação pelos capitais dos meios tecnológicos, de produção, consumo e circulação, de informação e comunicação.

Porém, essa condensação não nos permite concluir que a sociedade seja unidimensional.

O primeiro argumento se refere à inserção da tecnologia em processos interacionais e semiocognitivos. A tecnologia se inscreve na semiótica, como materialidade-signo manifesto em interfaces com as linguagens, acionadas pela ação e interações sociais como imaginários, referências e símbolos tentativos. Especificamos essa proposição diferenciando o lugar do tecnológico e da técnica como objetos-signo das funções e operações semiocognitivas que se mobilizam durante os usos sociais das mesmas. Esse processo remete ao conceito de formas de produção social de sentido.

Em segundo lugar, porque a apropriação é especificada conforme a força econômica – a cultura, a política e a economia –, o que produz conflitos, contradições e tensões entre campos que desenvolvem valores singulares. Este processo é histórico, desde a gênese. A apropriação das técnicas e tecnologias de linguagem, discurso e interações com a sociedade e na-

tureza tem sua origem na antiguidade, em especial nas formas de agenciamentos dos signos em linguagens, línguas e discursos agenciados institucionalmente. A apropriação cultural e política, portanto, seria correlata à apropriação econômica *stricto sensu*, mesmo que possamos considerar a superação da economia da subsistência como base da divisão social do trabalho, como sugere o marxismo. Esse processo tende a produzir distinções entre economias diferenciadas. A distinção é, por excelência, regulatória, mercantil.

O terceiro argumento: o que é transversal – a produção de um tipo de valor apropriável enquanto capital de distinção – entra em conflito permanente com as fontes das interações a jusante, que acionam uma semiose que tende a ser disruptiva, irregular e desafiadora às instituições que se apropriam dos meios tecnológicos e que passam a mediar as técnicas de interação. Ou seja, a mobilização das tecnologias como meios de comunicação nem sempre converge, a jusante, com os processos de valorização dos capitais econômicos, culturais e políticos, mesmo quando esses meios tecnológicos estão submetidos às regulações técnicas tentativas. Os algoritmos se constituem no campo de batalhas atualizado, nesta perspectiva.

2 Cognição, semiose e interação com os objetos-meios

O meio-objeto tecnológico, quando inserido em formas de produção, está afeto a ordens que se articulam, mas são autônomas entre si:

- a) A semiose como transformações e implicações permanentes entre objeto-meio, meio-signo e meio simbólico. Os três juntos chamaremos, neste artigo, de objetos-meios de informação e comunicação.
- b) Ações e interações entre indivíduos, e destes com os objetos-meios e com a natureza.
- c) Os processos cognitivos emergentes dessas interações conforme especificidades da semiose em curso.

Os processos cognitivos são sociais e individuais e devem ser situados a montante de a jusante. Por um lado, podem ser localizados como ponto de partida das interações dos indivíduos com os objetos-meios; por outro, retornam a processos cognitivos individuais e sociais. Nessas interações emergem as figuras, indícios e símbolos. Mas, ao mesmo tempo, nas interações, emergem campos perceptivos que se situam na interface entre indícios de um objeto e relações social e individualmente constituídas como processos cognitivos.

Porém, se a cognição se resumisse às percepções primeiras, aos indícios de um real interposto e à simbólica derivada de uma busca ou falta, a semiose seria um conceito suficiente para dar conta da dimensão cognitiva. Em nossa formulação, cognição e semiose são conceitos diferenciados, relativos a processos específicos. Nesse sentido, a cognição também não se confunde com o argumento peirceano (abdução, dedução e indução).

Numa perspectiva piagetiana, a cognição vinculada aos meios de informação e comunicação é uma construção social e individual que se refere ao conhecimento funcional, operatório e lógico-relacional construído nas interações dos indivíduos com os objetos-meios e entre si. Assim como a semiose, a cognição se transforma. Não se trata aí da transformação inerente à semiose, ao sentido em si, nem à força do argumento em sua especificidade, mas da resignificação do campo perceptivo é uma derivada da ação e interações sociais, que transforma as proposições funcionais, operatórias e lógico-relacionais sobre os objetos-meios. Somente neste segundo sentido pode-se falar em resignificação que leve à desrealização, ou, alternativamente, à realização do sentido. Quando não transformada por esses processos cognitivos, a semiose pode ser a proliferação da realidade virtual, desconstrução sucessiva das ordens discursivas, especialmente das narrativas.

Em outras palavras, as interações com os objetos-meios não levam somente à proliferação de imaginários, nem apenas a configurações simbólicas, inclusive degeneradas, mas também há a possibilidade de construção de novas lógicas sociais, operatórias e co-operatórias, em termos sociais.

Nessa perspectiva, o imaginário corresponde ao primeiro olhar, que se transforma conforme interações e ações dos

indivíduos entre si e com os objetos-meios. Pode ser inclusive uma paisagem invertida, como ocorre na realidade virtual, mas que o cérebro (a cognição) pode ‘corrigir’, conforme suas competências funcionais, operatórias e lógico-analíticas. A tese da desrealização (Baudrillard) é só parcialmente válida, pois depende da proliferação exponencial do primeiro olhar, em detrimento dos olhares reconstruídos individual e socialmente, em termos funcionais, operatórios e analíticos. É verdade que a proliferação de meios semiotécnicos favorece a expansão do território de desrealização, espaço de ilusões, de crescente dificuldade de des(re)construção dos sentidos construídos nas interações com objetos-meios. Quando isso ocorre, pode-se concordar com a tese de que a midiatização é um processo correlato ao capitalismo financeiro, que dissocia a produção social de valor dos processos de sua realização. Mas a midiatização não é apenas isso. Pode ser também uma transformação histórica das formas de consciência social, com potencial de ultrapassagem do próprio capital financeiro.

3 Regulações, campos e circuitos-ambientes

A proposição que desenvolvemos é de que se os usos são sociais em geral, as apropriações são institucionais em específico. Mas, além de usos e apropriações, há os acessos e as práticas sociais. Epistemologicamente, o conceito de indústria cultural acentua o momento das apropriações. Já as teorias interacionistas valorizam a dimensão dos usos, e as estruturalistas, as práticas. Na perspectiva da midiatização, busca-se investigar as relações entre esses processos (de acesso, usos, práticas e apropriações), considerando atores, instituições midiáticas e midiatizadas. As instituições midiatizadas se referem a organizações dos mercados econômicos, culturais e políticos (incluindo o Estado) cujos processos de interação estão mediados pelos objetos-meios, na conjuntura atual especialmente os digitais, em rede. Essas apropriações estão em tensão com os usos sociais, acionados principalmente pelos atores que estão fora dos quadros de referência das instituições midiáticas e midiatizadas.

Braga (2012) sugere pensar as relações entre circuitos e campos. Concordamos com isso, desde que não se desfa-

ça a necessária reflexão sobre os lugares específicos que ocupam as instituições-campos nos processos de apropriação dos objetos-meios. Essas apropriações são marcadas por técnicas, estratégias e lógicas transversais aos próprios campos e especificadas conforme as organizações. Somente a pesquisa empírica pode oferecer inferências sobre esses processos transversais e específicos.

Assim, podemos falar em apropriações transversais ao campo da cultura, mas essas devem ser especificadas pelas instituições que compõem o campo cultural e suas regras, mas que se diferenciam conforme estejamos falando em organizações científicas, escolares, artísticas, etc. Certamente, esse é um dos campos mais dinâmicos, que vem realizando apropriações mais avançadas dos objetos-meios digitais em tempos de rede.

O campo econômico é talvez o que mais precisão tenha em mobilizar formatos regulatórios em suas apropriações. A comunicação em si, para este campo, deve ser informação e marketing. Marcadamente estratégico, as organizações do campo econômico tendem a ficar silenciosas perante as disrupções inerentes aos processos comunicacionais midiaticizados. Vivem a tensão entre estratégias informacionais e de marketing e as disrupções, incertezas e indeterminações dos ambientes midiaticizados.

O campo político tem uma dupla vocação. Quando em processos de ascensão ao poder, mobiliza lógicas que articulam informação-marketing (típicas do campo econômico) com incorporação de narrativas sociais, seguindo operações típicas do campo midiático.

O campo midiático é, por excelência, o produtor de formatos, operações e lógicas que são transversais. Não só importa experiências desenvolvidas pelos usos dos atores, como também o faz em relação às invenções dos campos econômicos, culturais e políticos. Por outro lado, exporta seus formatos, operações e lógicas aos campos culturais, políticos e econômicos e aos usos dos atores.

As questões de midiaticização, entretanto, não se esgotam na análise e investigação específica das apropriações dos campos midiáticos e midiaticizados. As questões centrais se referem aos circuitos constituídos entre instituições midiáticas, midiaticizadas e atores em torno de determinados impasses, agônís-

ticas e dilemas sociais. Este é o grande foco da midiatização, em nossa formulação.

Nesses diversos circuitos-ambientes, estão atualizadas as tensões entre *oikos* e *polis*. São constituídas novas *poleis*, que reúnem, de forma desterritorializada, instituições midiáticas, midiatizadas e atores sociais. Aí se colocam os problemas da comunicação contemporânea, pois não se trata daquilo que está normatizado pelas apropriações e práticas (*habitus*), mas também como isso se produz no entre essas diversas lógicas, formatos e operações, tensionando o que está normatizado pelas práticas.

Quando a midiatização se reduz às apropriações, nem os circuitos nem a circulação ofereceriam outra perspectiva de sociabilidade que não a de reprodução dos campos instituídos, mesmo que através de um permanente *upgrade* decorrente dos processos de regulação, das práticas e dos *habitus*. Nas sobras, só haveria o mundo fantasmagórico das ordens dilaceradas, das figuras virtuais proliferadas e das narrativas abortadas. Mas aí temos os algoritmos, que organizam esses mundos das trevas, os agenciam, os agrupam, os categorizam, direcionando instituições e indivíduos aos usos sociais diversos, o que, portanto, nos remeteria, novamente, aos usos e interações reguladas.

Mas não é isso que se observa. As pesquisas empíricas em midiatização apontam transformações das instituições, crises terminais de algumas e nascimento de novas instituições. O campo religioso é um dos mais paradigmáticos da emergência de novas instituições e organizações. É verdade que as instituições religiosas podem ser forjadas nos circuitos e processos de circulação entre campos e instituições antes existentes, midiáticas e midiatizadas. Mas se constituem em um novo, derivados de usos sociais inesperados, que têm demonstrado uma capacidade de apropriação de ordens discursivas já instaladas, de objetos-meios disponíveis, seguindo lógicas, formatos e operações de produção na interface entre instituições midiáticas e religiosas.

Isso, concordamos, ainda não revelaria um conflito entre capital financeiro e midiatização. Afinal, as ditas igrejas neopetencostais são demasiadamente vinculadas também a lógicas do mercado econômico e político, condensando também o midiático e o religioso. Podem ser compreendidas como formas

contemporâneas da religiosidade em tempos de midiatização e financeirização da vida, o que se manifesta na teologia da prosperidade. Isso nos permite localizá-las como transformações tentaculares, que permitem regulações entre semiose e processos de valorização do capital.

Assim, podemos afirmar que os processos midiáticos são regulados. Este parece ser a tese e objeto de Bernard Miège (2008).

4 A atorização, individualização e os mecanismos massivos

A problemática da individualização em suas relações com os processos midiáticos, considerando especialmente as transformações dos meios, como sugere Miège, é colocada por vários autores do campo epistemológico da comunicação (Wolton, Flichy, Castells, entre outros). O termo tem suas dificuldades conceituais. O que é individualização? O capitalismo é, já no trânsito do artesanato à indústria, passando pela manufatura, a subtração de todas as forças individuais e criativas do artesão, e a objetivação em meios de produção de processos que antes lhe pertenciam – numa espécie de autogoverno, cogestão e mérito que se instalavam nas corporações de ofício e na oficina medieval. Paradoxalmente, o modo de produção capitalista declara, apesar de uma superestrutura que monopoliza os meios de produção e, ao mesmo tempo, privatiza o capital social, que é um regime da liberdade individual. Isso já foi bem tratado pela crítica marxista clássica. Liberdade formal em contradição articulada com a dominação real, realizada na esfera das relações sociais de produção fundadas no trabalho assalariado. Nesse sentido, o indivíduo é uma ficção (e, aí, a crítica à filosofia do contrato social).

A primeira questão que emerge nesta perspectiva crítica é: estaríamos vivendo uma recuperação do indivíduo – por sinal, nunca existente? Ou de indivíduos livremente associados, utopia marxista atualizada na ideia de inteligência coletiva? Os autores citados são cuidadosos. Em geral, dialogam a proposta de que estamos vivendo novos formatos de cultura de

massa, agora diferenciada, num processo (como destaca Miège no capítulo 2, “As mutações profundas da esfera mediática”) iniciado nos modelos de ação (que conceituamos, neste nosso artigo, como formas de produção) anteriores, no processo de segmentação-individualização.

A atorização sociomidiática é, nesse sentido, uma nova forma de produção, de transformação das relações entre produção, consumo e circulação, que se interpõe e se coloca em cena nos ambientes-circuitos constituídos por instituições midiáticas e instituições midiaticizadas. Não se trata apenas de novos agentes que ingressam na cena. Velhos agentes são convidados a também participar do concerto de atorização – em seus blogs, no Face, LinkedIn, etc.

É nesse sentido que avaliamos a contemporaneidade do conceito de dispositivos. Há dispositivos quando as apropriações dos meios se articulam com os agenciamentos dos usos e das práticas sociais, sendo introjetadas e projetadas como um *habitus* individual.

O assujeitamento, entretanto, não é absoluto. Para além das práticas, há processos dos indivíduos que, nas atorizações midiaticizadas, expressam, mesmo que de forma apenas sintomática, seus posicionamentos de “sujeito de” em que são, mesmo que tentativamente, indivíduos em tensão com o seu lugar “de sujeito a” (em que o conceito de indivíduo não é uma boa metáfora, pois está, aqui, assujeitado).

Parece-nos que os assujeitados estão subordinados às regulações, não só dos algoritmos, mas também das estratégias e das técnicas, e perante as disrupções são reativos. Essa é uma proposição para compreendermos as perambulações, anomias e desencontros nas interações interindividuais em redes digitais. Trata-se de interações derivadas de assujeitamentos diversos. Mas, ao mesmo tempo, são sintomas de individualizações tentativas.

5 Circulação, desrealização e disrupção

Porém, há dois fenômenos dos processos midiáticos que remeteriam a tensões e disfuncionalidades com o capital

financeiro. O primeiro, a semiose como processo de desconstrução da desrealização através de processos cognitivos sociais e individuais de retorno ao real, através de competências funcionais, operatórias e lógicas, como mediação necessária à reinstalação de simbólicas que sejam referenciais para a potência dos coletivos éticos e estéticos. O segundo é que a capacidade de regulação – observável na microanálise de circuitos-ambientes específicos – seja capaz de responder aos macroprocessos – onde o observável são as permanentes disrupções, que revelam as incapacidades das instituições midiáticas e midiaticizadas de respondem às normas, valores e discursos que as constituem em suas especificidades. Essas duas questões serão abordadas nestas conclusões.

A tese da desrealização nos remete a uma homologia: assim como o capital, em sua fase financeira, leva à crise permanente, decorrente da separação estrutural dos processos de valorização do capital dos processos de constituição dos valores de uso, os processos midiáticos também separariam, de forma não menos estrutural, a semiose midiaticizada dos processos de produção social de sentido em que a realidade (regimes de verdade da modernidade) é uma componente que se interpõe entre a proliferação dos imaginários e o simbólico, acionando um processo de degeneração ética e estética. Esta é a forma como assimilamos a tese de Muniz Sodré.

Essa homologia é observável. Mas ela produz outro tipo de contradição: aquela que se observa entre lógicas de desrealização e lógicas fundadas na modernidade, de campos e instituições, em que a realização é central em seus regimes de verdade. Isso produz uma crise funcional, também homológica, em duas instâncias: a dos mercados econômicos e dos mercados culturais, afetando os mercados políticos. Essa espécie de crise permanente na semiose midiaticizada se manifesta em termos de defasagens, incertezas e indeterminações.

As brechas, fissuras e ausência de coesimento de sentido favorecem um novo tipo de disrupção. Não se trata apenas dos processos de circulação regulados. Nem de processos de desrealização. Mas do que emerge nas fissuras do que está regulado e do que está desrealizado. Que penetra com incisão nas instituições, colocando-as em xeque, através especialmente dos

indícios, constituindo um regime indiciário que favorece a proliferação de imaginários, sem resoluções sociossimbólicas que favoreçam o reencontro com o real. Podemos perguntar se este regime indiciário é funcionalmente vinculado à desrealização e, portanto, à financeirização do capital. Seria então ele vetor de desinstitucionalização e fortalecimento da atorização, de privatização do espaço público, de publicização do espaço privado, passando a ser o paradigma da *polis* midiaticizada, através de inumeráveis casos de circuitos-ambientes constituídos em diversas modalidades de disrupções, desde as mais prosaicas até as mais macro-sociais.

6 Conclusão: sobre as formas de produzir

As formas de produção de sentido contemporâneas podem ser categorizadas em algumas grandes esferas de transformações sociocognitivas que operam sobre a semiose social midiaticizada, em termos de funcionalidades, operações e lógicas:

- a) A dos usos sociais, individuais e coletivos, que constituem novidades e criações sociais;
- b) A das regulações, acionadas por instituições midiáticas e midiaticizadas, de diversos campos sociais, que se adaptam sociocognitivamente aos novos ambientes, inclusive através de transformações institucionais, com potencial regulatório, tentando manter os regimes de verdade (atualizados pela modernidade) que as instituíram, mas com concessões e acomodações à semiose midiaticizada;
- c) A das disfuncionalidades decorrentes de disrupções que emerge em espaços não regulados, que incidem sobre as instituições, desinstitucionalizando, potencializando a atorização;
- d) A atorização como um processo contraditório entre reatividade e inteligência, individual e coletiva, assujeitamento e consciência;

- e) O paradigma indiciário-midiático substituindo os regimes de verdade da modernidade, levando à redução do peso do real e valorização dos imaginários;
- f) A relação especular do capital financeiro com o paradigma indiciário-midiático, colocando em crise a acumulação do capital;
- g) Uma crise estrutural na produção social de sentido, decorrente da desrealização e, subsequentemente, da dessimbolização, impedindo-se, aí, a resolução das questões que são colocadas historicamente.

Referências bibliográficas

- BRAGA, JL. Circuitos versus campos sociais. In: _____. **Mediação & midiaticização**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 31-52.
- GOMES, P. G. Da sociedade dos mídias à midiaticização da sociedade. **IHU On-Line**, UNISINOS (impresso), v. 357, p. 22-24, 2011.
- MIÈGE, Bernard. Questionnement de la sociologie des usages comme voie privilégiée de l'approche des TIC. Communication au Congrès de l'AISLF (GT 13: Sociologie de la communication), présentée le 08-07-2008, diffusée sur le site du GT13: <http://w3.aislf.univtlse2.fr/gtsc/DOCS_SOCIO/istambul/Actes_AISLF_GT13_Istambul_2008.pdf>.
- SODRÉ, Muniz. Mídia, ideologia e financeirização. **Oficina do Historiador**, v. 8, n. 1, p. 134-157, 2015.

A ilusão da convergência pelas barreiras da circulação no Facebook

The illusion of convergence by the circulation barriers on Facebook

Maria Clara Aquino Bittencourt¹

Quem narra as histórias de uma cultura realmente governa o comportamento humano (George Gerbner, 1969).

RESUMO: Cada campo de estudos possui seu conjunto de termos e expressões recorrentes, utilizados em pesquisas sobre temas diversos em cada área. Na comunicação, com o desenvolvimento da internet e das TICs, a palavra *convergência* e, mais especificamente a expressão *convergência midiática*, são apropriadas com regularidade para designar uma série de entendimentos sobre a relação entre meios, suportes e dinâmicas envolvidos nos processos midiáticos. Diante dessa pluralidade de compreensões, o

1 Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Pós-Doutora em Ciências da Comunicação pelo mesmo programa. Doutora e mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Católica de Pelotas. Atua na área de Cibercultura, com ênfase no campo acadêmico, principalmente nos seguintes temas: convergência midiática, espalhamento de informações, movimentos e mobilizações sociais em rede, hipertexto e jornalismo digital. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1404759638253577>

conceito tem circulado de forma, por vezes, inconsistente, apoiado em premissas que dão ênfase a determinados aspectos em detrimento de outros e assim contribuindo para a falta de coesão na constituição de um entendimento sobre a convergência. Movimento semelhante ocorreu com o conceito de interatividade, que no final dos anos 90 e início dos anos 2000 foi amplamente apropriado pelos estudiosos em comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Convergência. Circulação. Facebook

RESUMO: Each field of study has its set of terms and recurrent expressions, used in research on different themes in each area. In communication, with the development of Internet and ICTs, the word convergence and, more specifically, the expression media convergence are regularly appropriated to designate a series of understandings about the relationship between media, devices and dynamics involved in mediatic processes. Given this plurality of understandings, the concept has circulated, sometimes, in an inconsistent way, supported by premises that emphasize certain aspects to the detriment of others and thus contribute to the lack of cohesion in the constitution of an understanding about convergence. A similar movement occurred with the concept of interactivity, which in the late 1990s and early 2000s was widely appropriated by communication scholars.

KEYWORDS: Convergence. Circulation. Facebook

1 Introdução

Cada campo de estudos possui seu conjunto de termos e expressões recorrentes, utilizados em pesquisas sobre temas diversos em cada área. Na comunicação, com o desenvolvimento da internet e das TICs, a palavra *convergência* e, mais especificamente, a expressão *convergência midiática* são apropriadas com regularidade para designar uma série de entendimentos sobre a relação entre meios, suportes e dinâmicas envolvidos nos processos midiáticos. Diante dessa pluralidade de compreensões, o conceito tem circulado de forma, por vezes, inconsistente, apoiado em premissas que dão ênfase a determinados aspectos em detrimento de outros, e, assim, contribuído para a falta de coesão na constituição de um entendimento sobre a convergên-

cia. Movimento semelhante ocorreu com o conceito de interatividade, que, no final dos anos 90 e início dos anos 2000, foi amplamente apropriado pelos estudiosos em comunicação. Uma abordagem interessante que visa desfazer qualquer equívoco acerca desse entendimento é a de Jenkins (2008), que versa sobre as diferenças entre as noções de interatividade e participação no contexto do que ele entende por cultura da convergência. É Jenkins (2008), inclusive, talvez o autor mais mencionado no campo da comunicação quando se mostra necessária a utilização de um conceito mais fechado sobre convergência. É, no entanto, um equívoco pensar que ele tenha sido o primeiro, e o único, a estudar o assunto no âmbito da Comunicação.

Em minha tese de doutorado (AQUINO BITTENCOURT, 2012), propus-me estudar as origens do conceito de convergência, movida por uma crítica à banalização do emprego do termo, tanto no meio acadêmico quanto na imprensa. Inúmeras vezes, deparei-me com esforços conceituais que encaravam o fenômeno de forma reducionista, entendendo-o como a reunião de diferentes mídias em um único suporte, ambiente ou dispositivo tecnológico, ignorando questões sociais e culturais envolvidas nos processos midiáticos. Por outro lado, não era incomum o contato com referências que abordavam o envolvimento de indivíduos na constituição do processo de convergência, sem, no entanto, considerar a importância do elemento tecnológico. Minha motivação crítica estimulou a elaboração de uma pesquisa que, além de investigar a diversidade de concepções teóricas, buscou atingir o equilíbrio entre os aspectos a serem considerados para o entendimento do conceito de forma mais abrangente no campo comunicacional. Tentando superar o enfoque excessivamente tecnicista sobre convergência, porém sem desconsiderá-lo empreendi, em meu período de doutoramento, uma investigação sobre as origens do conceito para entendê-lo a partir de seus aspectos técnico, social e cultural. Como recorte, optei por analisar as relações entre televisão e web, o que me permitiu, através de um movimento teórico-epistemológico, determinar um conjunto de categorias de análise. Esta delimitação não prejudicou a compreensão do conceito aplicado à relação entre outros meios, de forma que as categorias elencadas podem ser aplicadas para analisar a convergência entre, por exemplo, o rádio e a web.

Neste capítulo, evoco o movimento teórico-epistemológico sobre o conceito de convergência, recuperando o debate conceitual como aporte teórico para pensar, de forma crítica, as barreiras na circulação de informação impostas pelo Facebook. Essa discussão teórica é feita a partir da crítica ao caráter tecnicista da noção de convergência que se aproxima do posicionamento de Miège (2007), que encara as TICs não como substitutas de meios de massa nesse contexto marcado pela digitalização de processos. Em relação às TICs que são capazes de originar novos meios, Miège entende que elas convergem com meios já existentes a partir de movimentos realizados por grandes grupos de comunicação, o que acaba contribuindo para a transnacionalização da comunicação. O papel social das TICs, ainda que não seja o foco de Miège, é relacionado pelo autor com os usos e práticas comunicacionais que se modificam a partir de hábitos culturais e determinações sociais. Dessa forma, não se trata de ignorar os aspectos técnicos da convergência, cuja importância é reconhecida para a compreensão de sua totalidade. A crítica é feita com a intenção de abordar os níveis social e cultural que incorporam a convergência, para perceber como o conceito evolui e se modifica em função de dinâmicas de circulação que envolvem questões de participação e interatividade nos processos midiáticos. Pretendo, assim, discutir as atuais formas de tráfego de informação no Facebook como um contrassenso ao ideal de um processo de convergência no presente contexto midiatisado.

2 As origens da convergência midiática

2.1 Discussão conceitual

A demanda bibliográfica gerada por uma pesquisa conceitual parte de uma recuperação histórica do fenômeno investigado, não só no sentido de recuperar a multiplicidade de definições, mas também para pensar de forma crítica, tentando avançar sobre a produção existente. A estruturação do movimento teórico-epistemológico para estudar a convergência nasceu através de uma prática metodológica da atividade de leitura proposta por Kleiman (1989). Exercícios que trabalham a

percepção, a atenção e a memória para conferir sentido ao que se vai consumindo com a leitura fazem parte de uma premissa da complexidade do processo de leitura proposto por Kleiman, para que se compreendam e se interpretem os textos a partir do cruzamento de informações e de um processo que ajude a refutar e criticar o conteúdo.

O movimento epistemológico reconstruiu a evolução do conceito de convergência, a partir de um viés histórico, tendo como guia o impacto do desenvolvimento. O movimento teórico tratou de coletar uma série de perspectivas, ao mesmo tempo em que buscava avançar a partir do que já havia sido produzido teoricamente. A recuperação da produção teórica gerou o questionamento sobre a abrangência do conceito, pois foi possível perceber a existência de diferentes vertentes pelas quais o fenômeno pode ser estudado. O movimento acabou gerando o seguinte esquema visual (figura 1), que reúne autores, vertentes e elementos norteadores da convergência.

Figura 1

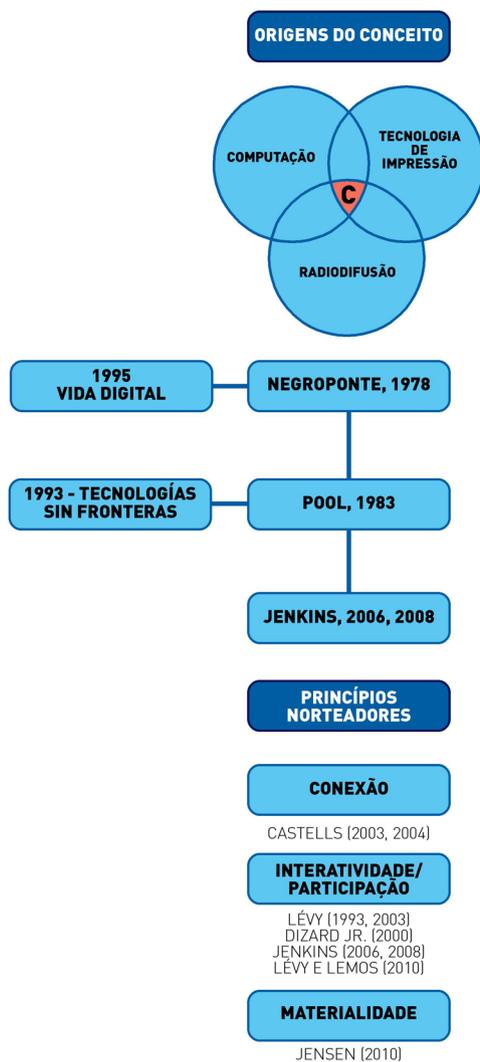


Ilustração: Gus Bozzetti²

Descobriu-se que durante uma palestra, em 1978, Nicholas Negroponte apresentou um esquema sobre convergência entre computação, radiodifusão e tecnologia de impressão. Esta teria sido a primeira menção ao conceito. Mais adiante, em *A vida digital*, Negroponte (1995) atestava o caráter multimídia do seu entendimento sobre a convergência, ao falar em mistura de *bits*, áudios, vídeos e dados. Ele ainda foi um pouco além, dizendo que multimídia era tanto um conteúdo novo quanto maneiras diferentes de encarar conteúdos antigos, através de veículos intrinsecamente interativos. Essa interatividade, no entanto, limitava--se à interação dos indivíduos com os conteúdos multimídia, sem considerar potencialidades do meio digital que permitiriam interações em nível social, que, conseqüentemente, poderiam propiciar transformações culturais.

O outro autor pioneiro nos estudos sobre convergência foi Ithiel de Sola Pool, um cientista político que, em 1983, apresentou o conceito de *convergência de modos*. Esse conceito se baseava na premissa de que o computador, o telefone, o rádio e o satélite são tecnologias de liberdade, tanto quanto o foi a imprensa impressa. Basicamente, sua análise mostrava que a entrada dos meios numa era eletrônica estava trazendo transformações ao *status quo* da época, referindo-se aos modos como as redes de telefone, ao permitirem a transmissão de dados através de computadores, por exemplo, estavam oferecendo a possibilidade de uma informação circular por diferentes meios e suportes, além de ser armazenada de forma eletrônica. Ainda que Pool mencionasse alterações nos relacionamentos estabelecidos através dos meios, a ênfase que dava a ideia de convergência de modos ficava sempre nas funcionalidades oriundas do desenvolvimento tecnológico.

Em 2006, a convergência de modos foi recuperada por Jenkins (2008), que mostrou como Pool, naquela época, percebera que determinadas tecnologias de comunicação, mais que outras, suportavam níveis de participação. A descentralização dos meios, de acordo com Pool, incentivava a liberdade. Seguindo a argumentação de Pool, Jenkins diz que várias forças contribuíram para eliminar as fronteiras entre diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas, segundo ele, possibilitaram o fluxo de um mesmo conteúdo por diferente

canais, assumindo formas diferentes nos pontos de recepção. O estado atual de convergência partiu dessas primeiras confluências entre meios diversos, confluências que tiveram seu início em experimentações que transpuseram práticas de produção e recepção, alterando não só formas de linguagem, mas também esquemas burocráticos, no sentido de propor novas estruturas de organização dos meios dentro de uma única empresa, por exemplo. Dessa forma, o conceito que Jenkins (2008) construiu sobre convergência é fortemente marcado pelas argumentações de Pool (1983):

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p. 27).

Em vez de uma convergência de mídias apenas de caráter técnico, Jenkins (2008) buscou avançar sobre o conceito de Pool (1983) e destacar as alterações que ocorrem na produção, na circulação e no consumo de conteúdos veiculados pelos meios de comunicação de forma a dar uma ênfase maior ao papel tanto do produtor quanto do receptor dos conteúdos midiáticos. Essas alterações, segundo o autor, ocorrem em ambos os lados, no momento em que empresas midiáticas aceleram o fluxo de conteúdos através de diversos canais de distribuição, tendo em vista o aumento dos lucros, a ampliação dos mercados e a consolidação do compromisso com suas audiências; e também, quando os consumidores aprendem a lidar com diferentes tecnologias para controlar de maneira mais completa o fluxo midiático e, ao mesmo tempo, interagir com outros consumidores.

No esforço de recuperar mais estudiosos da convergência, chegou-se a um artigo de Niström, de 2007, que questionava o conceito de convergência, a influência e o significado

do mesmo no setor das telecomunicações, através de uma série de autores que discutiam o conceito. Essa discussão apresentava entendimentos bem próximos, mas que variavam entre definições de convergência como a união de telecomunicação, radiodifusão, informática e meios; processos de digitalização e a união de indústrias baseadas na informação. Essas abordagens serviram como parâmetro para a elaboração da segunda parte do esquema visual, que enquadrou outros autores estudados nesses grupos de entendimento – de modo que, como se pode ver na figura 1, alguns apresentam definições sobre convergência que oscilam entre diferentes abordagens.

2.2 Elementos norteadores

A partir de uma contextualização do desenvolvimento da internet e das transformações sofridas pela sociedade em função de processos de digitalização, o movimento epistemológico avaliou o impacto desse desenvolvimento no conceito de convergência. O trabalho de resgate da discussão sobre o conceito auxiliou num processo de análise que acabou gerando uma discussão sobre a importância das ideias de conexão, interatividade e participação e materialidade como elementos norteadores do conceito. Sobre a conexão como um desses elementos, Castells (2003) lembra que, no final do século XX, a união de três processos interdependentes inaugurou uma estrutura social nova, com bases estabelecidas principalmente em redes, que ele chamou de *sociedade em rede*:

[...] as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações possibilitadas pela revolução microeletrônica (CASTELLS, 2003, p. 8).

Nesse sentido, a conexão se sobressai como característica do meio, Ou seja, se destaca o poder de interligação que o meio proporciona não somente ao conteúdo disponibilizado na

rede, mas também aos indivíduos conectados, de forma que permite o estabelecimento de relações sociais em torno dos conteúdos informacionais que nele circulam. Dizard Jr. (2000) aponta como as conexões permitem a interatividade entre produtores e consumidores de informação, fazendo com que estes possam escolher quando e como receber o conteúdo midiático, tornando-se necessário, então, entender o que distingue a interatividade da participação.

Se antes as tecnologias de comunicação existentes serviam apenas para a distribuição de conteúdos midiáticos, ainda que sob diferentes formatos, empregando diversas linguagens, através de múltiplas combinações, hoje as tecnologias disponíveis servem também para produção e compartilhamento de conteúdo. A interatividade não perde força ao longo do tempo; pelo contrário, é hoje incorporada como característica dos meios de comunicação inseridos no contexto digital. E a participação vem seguindo o mesmo caminho, ainda que com alguns obstáculos. Jenkins (2008) afirma que não só produtos midiáticos e dispositivos tecnológicos devem propiciar a interação, como também os indivíduos devem manifestar o interesse em interagir. Nesse sentido, o uso e a apropriação de tecnologias e conteúdos midiáticos pelos indivíduos se tornam, então, um fator determinante na efetivação de um processo de convergência. A afirmação de Jenkins (2008, p. 182) de que “na cultura da convergência, todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência” demonstra o equívoco em se considerar determinados produtos, conteúdos e comportamentos como caracterizadores de um processo de convergência midiática. Conteúdos potencialmente interativos e participativos nem sempre configuram um fluxo convergente. O maior equívoco ou incerteza, atualmente, surge quando é preciso definir participação e interatividade. Como ressalta Jenkins (2008, p. 183), “permitir aos consumidores interagir com as mídias sob circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e distribuição de bens culturais – seguindo as próprias regras – é totalmente outra”. O primeiro passo, nesse caso, quanto à interatividade, está na relação estabelecida entre o indivíduo e o meio, entre a pessoa e o veículo/dispositivo técnico com o qual irá interagir, de modo que, a partir dessa interativi-

dade inicial, parte-se para as interações com o conteúdo e com outros produtores e consumidores dos conteúdos midiáticos.

A materialidade dos meios não pode ser desconsiderada quando se aborda o tema da convergência, na medida em que compõe o nível técnico do mesmo. Jensen (2010) entende a teoria dos meios como a tradição de pesquisa que confere maior sustentação às condições materiais da comunicação humana. A partir dela, ele propõe uma classificação dos meios em três graus de materialização. Na perspectiva da história e da teoria da comunicação, os seres humanos podem ser compreendidos como mídia, e, assim, os meios de primeiro grau seriam capazes de externalizar mundos atuais e possíveis, já que as pessoas se comunicam umas com as outras sobre esses mundos para propósitos reflexivos e instrumentais. Como meios de segundo grau Jensen (2010) considera os de massa, como os livros impressos, os jornais, os filmes, o rádio e a televisão, ou seja, como ele explica, todas as formas de instituições midiáticas e práticas comunicacionais baseadas no modelo um-todos. Em relação aos meios de terceiro grau que Jensen (2010) fala sobre a tecnologia digital e define essa categoria como metatecnologia. Para ele, o computador digital reproduz e promove uma recombinação de meios anteriores a ele em uma única plataforma material; Jensen usa a expressão metatecnologia a partir de Kay e Goldberg (1999/1977), que denominaram o computador de metameio.

O que Jensen (2010) tenta elucidar com sua classificação em três diferentes graus de materialização dos meios é que práticas diversas decorrem desses níveis de materialidade. Um meio material, explica ele, suporta variadas práticas comunicativas. Assim, do modo como algumas práticas circulam de maneira adequada por vários meios, outras práticas são retomadas quando novas plataformas comunicacionais são incorporadas, quando surgem novos dispositivos tecnológicos, como, por exemplo, as trocas de mensagens de texto através de telefones celulares. Sua argumentação não condiz com a ideia de que os computadores e a Internet caracterizariam o ideal de convergência pelo único e simples fato de reunirem todos os tipos de comunicação anteriormente existentes. Ainda que o ambiente digital seja propício para a reunião de diversos níveis de mate-

rialidade, são as interações e as práticas comunicativas que caracterizam os intercâmbios comunicacionais responsáveis pelos processos de convergência. O impacto que a internet, a web e as tecnologias digitais de comunicação exercem sobre o conceito de convergência está fundamentado nessa característica do meio digital que permite a conexão entre os indivíduos, bem como entre as informações disponíveis online. A interatividade e a participação proporcionadas pela conectividade do meio levantam questionamentos nos três níveis em que se estuda aqui o conceito: técnico, social e cultural. A materialidade também influencia nesses três níveis a partir das apropriações realizadas pelos indivíduos dos diversos suportes com os quais lidam diariamente nos processos comunicacionais³.

As inferências resultantes da pesquisa conceitual empreendida mostram que a multiplicidade de definições acerca da convergência ilustra a complexidade do conceito. Entre as principais considerações às quais se chegou, é possível afirmar que ainda preocupa a adoção de um entendimento que privilegia o componente tecnológico do fenômeno. O processo de convergência pressupõe um envolvimento que vai além do mero emprego de ferramentas e dispositivos técnicos diversos. Miège (2007) critica a posição que muitos promotores do conceito de convergência assumem ao colocar a técnica sempre à frente, como seu elemento motor. É preciso considerar aspectos que vão além do elemento técnico destacado nas indústrias das redes materiais, abordando questões culturais e sociais no contexto midiático, a partir também da diversidade de atores envolvidos na comunicação. Só assim é possível perceber a complexidade do fenômeno.

Os elementos norteadores conexão, participação e interatividade e materialidade guiam a compreensão do fenômeno no atual contexto, justificando a necessidade de se superar o caráter técnico, porém sem desconsiderá-lo. A influência dos comportamentos e hábitos sociais e culturais nas apropriações das técnicas de produção e circulação de conteúdos midiáticos

3 A tese ainda avançou na constituição de categorias de análise sobre a convergência, que não serão discutidas aqui neste momento, mas que justificam a premissa adotada no início da pesquisa sobre a necessidade de se atentar para os vieses social e cultural do fenômeno, sem excluir seu caráter técnico.

é responsável pela constituição e pela dinâmica da convergência. Nesse sentido, com base no referencial coletado e debatido, pode-se dizer que Jenkins (2008) atualiza o entendimento sobre convergência no campo da comunicação ao indicar eixos de estruturação desse entendimento que englobam diferentes setores e atores. O próximo item deste capítulo pretende discutir nuances técnicas, sociais e culturais do conceito de convergência com relação às práticas comunicacionais no Facebook para tentar entender como atos de controle num espaço da rede edificam limitações que impedem a convergência de se estabelecer plenamente.

3 Convergência e circulação

3.1 Circulação em contexto de midiatização

Examinando o conceito de circulação a partir de processos crescentes de midiatização da sociedade, Fausto Neto (2010) aborda a formação de uma nova arquitetura comunicacional, oriunda de novos processos de produção e circulação, que afetam as relações entre produtores e receptores, provocando a ocorrência de novos modos de interação entre instituições, mídias e atores sociais. Configura-se aí um terceiro polo comunicacional. Braga (2006, p. 28) renova a importância da circulação que acontece depois da recepção postulando que “o sistema de circulação interacional é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia”. Por consequência, a circulação no contexto das redes digitais está atrelada à ideia de apropriação, já que a atividade dos atores sociais no ambiente online é potencializada pela ampliação das oportunidades midiáticas (CAMMAERTS, 2013) que eles encontram em diferentes espaços e dispositivos.

Os aspectos sociais e culturais do conceito de convergência estão fortemente ligados aos usos da tecnologia, de modo que a apropriação do elemento técnico é o movimento que ocasiona a configuração de novas práticas, formatos e relações. A correlação entre esses três níveis deflagra o equívoco de se considerar o processo como unicamente a reunião de formatos

num só ambiente ou dispositivo. Enquanto para a circulação a apropriação é decorrente da constituição de um terceiro polo comunicacional, para a convergência a apropriação é pré-requisito para a consolidação do processo composto pelos três níveis aqui mencionados. Para Fausto Neto (2010, p. 12, 14), a força desse terceiro polo vem aumentando com o desenvolvimento de instrumentos e práticas que redimensionam papéis e provocam alterações num modelo comunicacional anteriormente limitado à unilateralidade de processos. Braga (2012) explica que, além das relações diretas entre produtor e receptor, é preciso entender que o receptor dá continuidade ao que recebe e que isso não está relacionado somente com a ocorrência de novos meios, mas se dá em função de produtos da mídia de massa que circulam e são retomados em outros ambientes, indo além da recepção, como no exemplo que ele cita de um espectador diante da tela⁴.

A partir da percepção de que os receptores possuem um papel ativo, Braga (2012) explica que a circulação passa a ser considerada como um espaço onde se reconhecem os desvios produzidos pela apropriação. A atividade dos receptores é considerada por ele como um conjunto de interações tentativas, que moldam os dispositivos através das apropriações. Fausto Neto (2010) considera a centralidade da circulação no processo comunicacional pela intensidade cada vez maior com que as interações moldam a arquitetura dos processos. No caso do Facebook, além de contribuir para a convergência no âmbito do site, a apropriação define processos participativos. Diferentes usos das funcionalidades do site geram situações em que a convergência poderia ocorrer nos níveis técnico, social e cultural, mas há limitações e barreiras internas que atravancam a ocorrência do processo de forma transparente e integral.

No modelo tradicional de comunicação que caracteriza os veículos de massa, a circulação de conteúdos depende da esfera da produção, empenhada em distribuir informação a um maior número possível de indivíduos, os quais se limitam a uma atuação engessada pela carência de oportunidades interativas. Fausto Neto (2010) explica que, por muitos anos, a circulação se

4 Jenkins (2008) aborda a questão da transmídia, quando um produto midiático circula e é consumido em diferentes meios através de diferentes formatos.

configurava como uma zona entre o fluxo de produção e recepção, sendo entendida apenas como uma “passagem automática”, em relação à qual se desconhecia a amplitude de sua problemática. A partir da emergência das tecnologias e sua conversão em meios de comunicação, ele destaca a repercussão de tal fato sobre a organização social e seus processos de interação, entendendo que a recepção “existe e age”, diante de matrizes analíticas que, na tentativa de superar disposições funcionalistas, reconhecem o papel do receptor nos processos midiáticos.

Na “sociedade dos meios” os estudos sobre a recepção mostram que o receptor faz tantas coisas outras, distintas daquelas que são estimadas pelos produtores. Na “sociedade em vias de mídiatização” o receptor é re-situado em outros papéis na própria arquitetura comunicacional emergente (FAUSTO NETO, 2010, p. 6).

Na internet, a esfera da recepção tem seu espectro de atuação ampliado. A circulação dos conteúdos pelas redes digitais não depende somente dos esforços da esfera da produção. A figura do receptor se torna elemento-chave dentro de um modelo comunicacional que se configura através de práticas fundamentadas na interatividade e na participação, que potencializam o que Jenkins, Ford e Green (2013) chamam de mídia de espalhamento. A argumentação sobre a na transição de um modelo focado na distribuição para um outro voltado para a circulação e na participação através de processos de criação, compartilhamento e remix de conteúdos se baseia na premissa de que o que não se espalha está morto. Este modelo de circulação indicado pelos autores é híbrido, misturando forças de cima e de baixo, que determinam como as mensagens podem ser compartilhadas. Os autores mencionam técnicas como o boca a boca e o compartilhamento como condutoras das maneiras pelas quais as pessoas interagem entre si através das redes.

No Facebook, no entanto, algumas particularidades do site impedem a constituição desse modelo e de processos de convergência. Entendendo a ideia de apropriação como o elo de ligação entre a convergência e a circulação, é preciso pensar não

apenas sobre como o Facebook oportuniza a constituição desses processos, mas, e talvez principalmente, enxergar e analisar os entraves que o site impõe à atividade de produtores e receptores de conteúdos.

3.2 As barreiras na circulação impostas pelo Facebook

Um dos expoentes mais significativos dos entraves de circulação de conteúdos no Facebook é Eli Pariser. Presidente do conselho diretor e ex-diretor executivo do portal MoveOn.org e cofundador da Avaaz.Org, Pariser (2012) criou a expressão *bolha dos filtros*, referindo-se aos filtros de informação que grandes empresas que atuam na internet utilizam para personalizar a oferta e o consumo de informações, conteúdos midiáticos, produtos e serviços. A personalização aclamada nos anos 90 como uma das principais vantagens oferecidas pela internet é o que alimenta hoje o crescimento da bolha dos filtros, que Pariser (2012) aponta como resultado de processos de personalização que acabam por inibir o acesso a conteúdos divergentes. Essa situação se configura em um problema na medida em que, visualizando apenas conteúdos condizentes com seus gostos e opiniões pessoais, os indivíduos não enxergam informações divergentes daquilo que defendem, compartilham e curtem. Ideais de conectividade cívica, democracia e transparência, tão anunciadas nos primórdios da internet e da web, são fortemente tolhidos pela atividade de algoritmos como o EdgeRank, do Facebook.

A questão que surge é a seguinte: sabendo que o Facebook personaliza o conteúdo oferecido, a partir das atividades interacionais e de compartilhamento os usuários não poderiam atuar no site de forma consciente, fazendo sua própria curadoria⁵ do conteúdo através de cliques, curtidas e compartilhamentos de informações diversas, sendo, então, os principais responsáveis pela modelagem dos filtros? Teoricamente sim, mas na prática nem todos os usuários estão conscientes dessa atividade de personalização praticada pelo Facebook; nem todos estão preocupados com as consequências da bolha dos filtros; nem todos querem navegar pelo desconhecido, encontrando e acessando conteúdos diversos. Além disso, as pessoas clicam,

5 Para mais sobre curadoria no ambiente: Corrêa, 2012.

comentam, curtem e compartilham o que consideram relevante, e é aí que o conceito de relevância se perde nas entranhas dos filtros.

Considerando que o desenho de um algoritmo é a elaboração de instruções para a resolução de um problema, Corrêa e Bertocchi (2012) realçam o componente humano nos processos de curadoria. As autoras entendem que o conceito de algoritmo pode ser pensado como um procedimento capaz de ser executado por homens e não somente por máquinas, o que ampliaria seu “potencial de acuidade associada à personalização”. No caso do Facebook, exemplificam esse componente explicando que a ordenação dos elementos é feita por critérios de importância definidos pelo programador da empresa. Dessa forma, o problema do algoritmo do Facebook (e também de outros sistemas baseados em personalização e recomendação) é justamente a quem está atribuída a tarefa de definir esses critérios. No site, o controle de circulação das informações é potencializado pelos próprios usuários, que, como explica Pariser (2012), não acessam outras fontes, restringindo suas atividades de navegação e, muitas vezes, limitando-se a acessar notícias unicamente através de sites de redes sociais⁶. Nesse sentido, Corrêa e Bertocchi (2012) ressaltam a necessidade uma “relação entre sofisticação do algoritmo e correspondente intervenção humana especializada (o comunicador) no processo de sua construção”. Isso significa que, quanto mais informações o algoritmo exigir para ser modelado, mais a participação do comunicador como alimentador do modelo deveria ser exigida, refinando, assim, a vida útil do algoritmo. A argumentação das autoras é sobre o papel do comunicador num cenário de curadoria em que diferentes algoritmos selecionam e distribuem conteúdo, mas é adequada aqui para pensar a pró-atividade que qualquer usuário de Facebook poderia empregar na utilização do site.

Essa pró-atividade se torna ainda mais relevante quando se percebe que, ao longo dos anos, o Facebook vem incorporando diversas funcionalidades, que contribuem para processos

6 Ocorre, nesse sentido, o que Pariser (2012) chama de *aprisionamento tecnológico*: os usuários ficam tão dependentes do uso de uma determinada tecnologia que não entendem a necessidade de oxigenar esse uso com outras possibilidades, e acabam não utilizando outras ferramentas.

de convergência envolvendo diferentes atores. O aperfeiçoamento na disponibilização de formatos audiovisuais, por exemplo, amplia o fortalecimento do nível técnico da convergência através do site. A maneira como os conteúdos são disponibilizados e consumidos no site gera apropriações que provocam transformações sociais e culturais na circulação desses conteúdos. Ao oferecer espaços como as *fanpages*, os grupos e os eventos, por exemplo, o Facebook infla o potencial técnico do site. As dinâmicas de apropriação em torno dessas ferramentas internas são os estímulos para a ocorrência de câmbios sociais e culturais na circulação das publicações. Quando o Facebook atua sobre essas dinâmicas através de um algoritmo que interfere no caminho que os conteúdos tomam, ou deveriam tomar, o processo de convergência é prejudicado. Entendendo o processo de convergência como uma junção de elementos técnicos diretamente conectados ao elemento humano, a inclusão de um algoritmo que modifica a circulação do conteúdo de forma invisível mecaniza um movimento que inicia desprovido de atividade maquínica. A algoritmização da circulação dos conteúdos limita o componente humano do processo de convergência, prejudicando o caráter social e cultural do processo. Trata-se de uma implementação técnica imposta unilateralmente pelo Facebook que vai de encontro aos elementos norteadores da convergência (AQUINO BITTENCOURT, 2012).

A conexão que deveria ocorrer de forma natural a partir do compartilhamento, das interações pelos comentários e dos conteúdos curtidos é inibida pela atividade do algoritmo. Quando um conteúdo deixa de ser visualizado, conexões potenciais deixam de ocorrer. É claro que outras são estabelecidas, mas viciadas pela atividade de um algoritmo que impede a visualização de conteúdos que poderiam estimular novos contatos e interações. Corrêa e Bertocchi (2012) explicam que a curadoria feita por algoritmos considera atividades passadas do usuário, o que estimula a oferta de conteúdos semelhantes ao que ele já viu, acessou, leu ou comentou. Uma curadoria humana, elas afirmam, é capaz de “agregar novas e inusitadas perspectivas à informação, oferecendo aos seus usuários a surpresa, o inesperado ou aquilo que o usuário nem imaginaria existir no mundo e sobre o mundo”, o que, segundo as autoras, ampliaria o entendimen-

to de mundo desse usuário. Não é, no entanto, o que acontece no Facebook, onde o algoritmo limita a novidade, de forma que permanecem próximos aqueles que já estão conectados e compartilham dos mesmos gostos, e permanecem afastados aqueles que divergem e que poderiam contribuir para o acesso e o compartilhamento de conteúdos divergentes. Interatividade e participação também são prejudicadas pela atividade do algoritmo. Ainda que o uso e a apropriação do site aconteçam internamente, as barreiras impostas pelo algoritmo limitam a criatividade dos usuários, o que, segundo Pariser (2012), impede a inovação. Novas dinâmicas sociais e culturais são menos estimuladas quando se navega pelo mesmo, pelo trivial, pelo já conhecido. Não enxergar o que circula pelo site atrofia o potencial de acesso ao conhecimento e também as próprias práticas no site, impactando na materialidade do dispositivo. Estar num site de rede social pressupõe troca, atividade e engajamento. Trocar mais do mesmo não gera inovação, seja técnica, social ou cultural.

4 Apontamentos finais

O tamanho que o Facebook atingiu já é razão para olhar para o site com cuidado e atenção. A manipulação dos dados feita pela própria empresa⁷, o uso do algoritmo e as parcerias estabelecidas com veículos jornalísticos são algumas das ações do Facebook que merecem atenção na abordagem sobre o tema da convergência. Quando discute as relações entre o campo comunicacional e o econômico, Miège (2007) ressalta a problemática existente em razão de os fenômenos que envolvem a comunicação e a informação estarem cada vez mais dependentes de decisões oriundas da esfera econômica. As condutas adotadas pelo Facebook por certo se enquadram no que Miège (2007) chama de “normas da produção capitalista avançada”, de modo que a manipulação dos dados exercida através do algoritmo é feita não apenas tendo em vista a organização dos conteúdos no site, mas,

7 Em 2012, o Facebook promoveu um estudo em que manipulou o feed de mais de 700 mil usuários para verificar o impacto das publicações no humor. Fonte: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/01/facebook-pesquisa-dor-se-desculpa-mas-reforca-beneficio-de-estudo-polemico.htm>>. Acesso: 13 jul./07/2015.

e talvez principalmente, com o intuito de absorver cada vez mais informações que caracterizem os perfis dos usuários para transformar esses dados em moeda de troca com outras empresas. O trabalho de pesquisa que o Facebook realiza através da personalização dos conteúdos não pode ser desprezado, pois de alguma forma organiza o volume de conteúdo que circula no site. Ainda assim, é sua fonte de lucro, e, a partir das informações obtidas através dos filtros, é possível, então, desenvolver novas funcionalidades, produtos, estabelecer relações com outras empresas e veículos de comunicação, mantendo, assim, o controle sobre o que circula no site e sobre a permanência desses usuários dentro do site, e limitando, assim, a sua evasão para outros espaços na rede.

A reflexão deste capítulo evocou os resultados de uma pesquisa conceitual que investigou os níveis técnico, social e cultural da convergência, a partir de uma crítica sobre a ênfase no caráter tecnicista de algumas definições. Ao aproximar esse entendimento da maneira centralizadora pela qual o Facebook vem se inserindo no mercado midiático, funcionando através de um algoritmo⁸ que impede os usuários de visualizarem determinados conteúdos, definindo quais publicações esses usuários irão ou não visualizar e estabelecendo parcerias com veículos de comunicação para a publicação de conteúdo exclusivo dentro da rede social, percebe-se a ilusão que tais práticas imprimem no usuário que busca no site uma vivência comunicacional pautada pelos elementos norteadores da convergência. Ideais de interatividade, participação, conexão e materialidade são truncados pelas artimanhas do algoritmo focado na absorção de dados para o posterior jogo de barganha com essas informações. A rede que deveria ser social torna-se cada vez mais técnica, privilegiando a atividade maquínica em detrimento das dinâmicas orgânicas. Esquemas de controle e monitoramento prevalecem sobre vias de livre acesso, que acabam interdidas pelo rastreamento e pela personalização. De convergência técnica o Facebook, e o resto da internet, estão muito bem providos. Resta

8 Corrêa e Bertocchi (2012) recuperam a origem da palavra algoritmo, latinizada e derivada do nome de Al Khwarizmi, um matemático árabe do século 19. Elas recorrem a Skiena (2008) para definir o conceito na computação como um procedimento criado especificamente para o cumprimento de uma tarefa.

saber quando as vertentes sociais e culturais serão consideradas proporcionalmente ao esforço do site em personalizar a oferta de conteúdo com foco na retenção de tráfego.

Referências

- AQUINO BITTENCOURT, M.C. **Convergência entre Televisão e Web:** proposta de categorização analítica. 208 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/72495>>.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Editora Paulus, 2006.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, MA. JANOTI JUNIOR, J.; JACKS, N. **Mediação e midiati-zação.** Livro Compós 2012. Salvador, Brasília: EDUFBA, 2012. p. 31-52.
- KLEIMAN, Angela. **Leitura: ensino e pesquisa.** Campinas: Editora Pontes, 1989.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Jorge Zahar: Rio de Janeiro, 2003.
- CAMMAERTS, Bart. Lógicas de protesto e a estrutura de oportunidade de mediação. **Matrizes:**– Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ano 7, n. 2, p. 13-36, jul./dez. 2013.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CORRÊA, E. N. S. (org.). : **Curadoria digital e o campo da comunicação** Organizador. São Paulo: ECA – USP: São Paulo, 2012.

- CORRÊA, Elizabeth.; BERTOCCHI, Daniela. O algoritmo curador: o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho CIBERCULTURA. In: do XXI ENCONTRO DA COMPÓS, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012.
- DIZARD JR., Wilson. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (orgs.). **Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina**. Programa de Cooperación Científico Tecnológico MINCYT-CAPEL, 2009-2010.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- JENSEN, Klaus Bruhn. **Media Convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication**. New York: Routledge, 2010.
- JENKINS, Henry.; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture**. New York: New York University, 2013.
- JENSEN, Klaus Bruhn. **Media Convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication**. New York: Routledge, 2010.
- KAY, A.; GOLDBERG, A. Personal Dynamic Media. In: MAYERD, P. A. (ed.). **Computer Media and Communication: A Reader**. Oxford: Oxford University Press, 1999 (publicação original 1977).
- KLEIMAN, Angela. **Leitura: ensino e pesquisa**. Campinas: Editora Pontes, 1989.
- MIÈÈGE, Bernard. As indústrias culturais e mediáticas: uma abordagem sócio-econômica. In: **Revista Matrizes**, v. 1, n. 1, p. 41-54, 2007. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/26>>.

- PARISER, Eli. **O Filtro Invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NISTRÖM, Anna-Greta. What is Convergence? Perceptions from the Finnish Telecommunications Sector. In: THE 18th. EUROPEAN REGIONAL ITS CONFERENCE. 2-4 September 2007. Istanbul, Turkey. Disponível em: <http://www.itseurope.org/ITS%0CONF/istanbu2007/downloads/paper/31.07.2007_Nystroem_ITS07.pdf>.
- PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- POOL, Ithiel de Sola. **Technologies of Freedom**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, College. Library of Congress Cataloging in Publication Data. 1983.
- SKIENA, S. S. **The Algorithm Design Manual**, 2.. ed. London: Springer-Verlag, 2008.

Audiovisual, televisão, *streaming*: uma exploração de suas formas e estratégias

Audiovisual, television and streaming: an exploration of their forms and strategies

João Martins Ladeira¹

RESUMO: A televisão entra no séc. XXI na força de sua transformação. Depara-se com tecnologias de informação, transpondo-se para o digital. O *streaming* deixa clara tal realidade. Permeado por interfaces, operado por aplicativos, acionado por *smartphones*, experimentado por televisões conectadas, este audiovisual se ordena por gigantescos acervos e fluxos intermináveis, proporcionando mudanças de impacto. Discute-se a televisão em termos do cabo e do *streaming*. Analisa-se este audiovisual – não mais confinado a um aparelho, presente em dispositivos e redes, não obedecendo mais às fronteiras nacionais, deixando de lado as emissoras e suas autorizações – nos termos da arqueologia da mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos de televisão. Tecnologias da comunicação e da informação. Arqueologia da mídia.

1 Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (Unisinos). Doutor em sociologia (IUPERJ). Possui interesse em tecnologias da informação e comunicação, estudos de televisão, estudos de globalização, arqueologia da mídia. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5245380818198943>.

ABSTRACT: Television enters the 21th century with the force of its transformations. Coming across information technologies, it transposes itself to the digital. Streaming makes this reality clear. Permeated by interfaces, operated through apps, put into action by smartphones, experienced through connected TVs, this audiovisual is organized through immense collections and endless flows, providing striking changes. The paper discusses television as far as cable and streaming is concerned. It analyzes this audiovisual – no longer circumscribed in a device, present in apparatuses and networks, no longer circumscribed to national frontiers, leaving aside the stations and their authorizations – in terms of media archeology.

KEYWORDS: Television studies. Communication and information technologies. Media archeology.

1 Introdução

Tecnologias despertam intensa curiosidade relativa ao momento em que surgem e as condições a partir das quais se desenvolvem. Apreendê-las, tarefa difícil, implica dimensionar um modo particular de entendimento. Para uma perspectiva arqueológica, perguntas usuais sobre este tema necessitam de redimensionamento. A organização das técnicas reflete as motivações dos envolvidos em sua constituição? Abordagem deste tipo se encontra em trabalhos como os de Castells (1996), ao sugerir a possibilidade de que as tecnologias de comunicação e informação se definam pela associação entre os interesses de seus fundadores: programadores imbuídos da contracultura californiana; burocracia de Estado; homens de ciência. Contudo, uma resposta pautada por uma abordagem arqueológica (DELEUZE, 1986; FOUCAULT, 1969; ZIELINSKI, 1994) não compartilha da mesma crença sobre a influência determinante de grupos sociais.

Uma segunda questão: o poder exercido a partir de estruturas sociais, como a economia, condiciona a estruturação das mídias? Na expectativa de compreender as mitologias envolvidas com a valorização – muitas vezes exacerbada – do digital, Mosco (2005), a despeito de suas valiosas descrições, termina sempre transformando as tecnologias de informação em uma

consequência do desenvolvimento inexorável das forças produtivas, encarnadas em capitalistas específicos. A despeito de sua defesa da necessidade de compreender as relações de poder como constituídas por processos de estruturação, espacialização e comodificação, o peso do terceiro termo, a determinação da lógica do capital, sobre a constituição da realidade termina se tornando o fator decisivo em suas análises. Esta interpretação identifica as relações produtivas como elemento determinante: na verdade, como a única dimensão para a organização das mídias. Eminentemente economicista, enxerga os meios como uma derivação de temas como classe e acumulação.

Como resultado, a televisão, parte essencial da estrutura responsável por organizar os sistemas de comunicação estruturados durante o séc. XX, surgiria como tema possível de compreender apenas quando subordinada a forças estruturais caras às sociedades modernas. Desta perspectiva, sua organização se transformaria em mero epifenômeno do desdobramento destas forças econômicas ou políticas, tornando-se parte de uma dimensão que a subjuga, mostrando-se carente de qualquer ingerência específica, meramente obediente a desígnios a ela externos. A proposta arqueológica se distingue por atentar à dimensão subterrânea da organização da realidade, sem se ater a uma única chave explicativa, contudo. Esta perspectiva reside em compreender os meios distantes de qualquer subordinação, agindo não como parte de um formato piramidal a partir da qual se irradiaria a sua forma. Ao contrário, as mídias operam em relação a forças que se definem não a partir da transcendência possível de se atribuir a alguma hierarquia. De fato, a proposta arqueológica refere-se à imanência, inscrita em sua capacidade de tomar parte em estratégias pontuais para a configuração da realidade.

A partir da diferenciação em relação a abordagens centradas na descrição analítica da operação dos sistemas sociais, por um lado, e na determinação estrutural, por outro, a arqueologia busca definir uma abordagem particular sobre os meios. Usualmente, apresenta-se esta arqueologia da mídia como uma novidade frente a abordagens usuais. Porém, arvorar inovações não define uma visada teórica. De fato, representa um exemplo do fascínio com a ideia de ruptura, postura esta incompatível

com as expectativas da própria arqueologia. Relevante se torna atentar mais à especificidade da abordagem que a qualquer possível novidade. Aqui, concentra-se atenção sobre o ambiente em que as tecnologias se constituem. Sobre este assunto, discussão de interesse foi a obra de McLuhan (1977). Em certos momentos, alguns autores chegam a identificar afinidades entre a arqueologia e as ideias deste autor (PARIKKA, 2012). De outro ponto de vista (KITTLER, 1999), trata-se de postura difícil de manter.

O trabalho de McLuhan se define por tematizar a capacidade das mídias em produzir efeitos sobre os indivíduos. De especial importância se mostra a transição da cultura oral para a escrita, em que a primeira está centrada na audição, ordenada segundo a expressividade contida na palavra e em suas múltiplas possibilidades de interpretações. Baseado no olhar, este outro instante decorre da instituição do alfabeto fonético, composto por abstrações sem ligação com a experiência designada. De caráter linear, esta cultura escrita desagregaria a experiência multidirecional criada pelo ouvido. Outra forma de organização social decorre da transformação na técnica de expressão responsável por constituir a própria modernidade. Assim, linearidade, racionalidade e escrita se associariam na constituição do mundo moderno. Porém, esta galáxia de Gutenberg se esgotaria segundo a mesma lógica que permitiu seu surgimento: devido a uma transformação técnica. Ameaçada pela constelação de Marconi, cede espaço à retribalização da sociedade, instituída pelo telégrafo, o rádio, o telefone, a televisão e, posteriormente, o computador. Estes meios criam um vínculo que se concentraria não mais na visão, eliminando o caráter individual e autocentrado típico da modernidade.

Este conjunto de conceitos se assenta sobre uma certeza: o pressuposto sobre a possibilidade de tratar os meios como objetos constituídos, capazes de produzir influência em relação a outros objetos. Dotar os meios de uma dimensão concreta, possível de se medir a partir de seus efeitos – decisivos, aptos a reconfigurar toda uma cultura: esta se torna a principal limitação desta visada. Uma perspectiva arqueológica se além não a esta dimensão concreta, supostamente objetiva, mas se pergunta exatamente sobre as suas condições de possibilidade. Aqui, importa a natureza dos elementos responsáveis por per-

mitir a organização desta realidade. Logo, os meios, de instância influente em termos das consequências possíveis de gerar, tornam-se eles próprios objetos. Sua constituição se mostra importante de perceber: contudo, esta ordenação se torna possível de se apreender não no nível concreto, mas alhures.

O ensaio que se segue busca discutir problemas teóricos, na expectativa de delimitar uma interpretação sobre a constituição de uma mídia específica: o audiovisual – em específico, a televisão – com atenção à sua constituição contemporânea na forma do *streaming*. Busca-se apreender o diagrama a partir do qual esta mídia se organiza, com interesse em sua dimensão de mudança. Atenta-se à atuação deste diagrama em contraposição a outras duas formas para o audiovisual: o *broadcast* (formato de redes nacionais de conteúdo massivo) e o multicanal (a televisão a cabo e satélite e suas experiências de segmentação). Discute-se a composição deste diagrama a partir de três formatos: conteúdo (inédito-previamente conhecido); exposição (fluxo de conteúdo-acervos abertos à consulta); agregação (associação de canais-dispersão em serviços de criadores específicos). Uma dimensão ternária, de normas, técnicas e trocas, surge definindo dimensões não determinantes de um espaço no qual estas outras dimensões atuam.

2 Arqueologia da mídia

A constituição de certa dimensão da realidade será compreendida a partir de uma discussão sobre os elementos a partir dos quais a realidade surge. Os conceitos de Foucault (DELEUZE, 1986; DREYFUS; RABINOW, 1983; FOUCAULT, 1969; GUTTING, 1989; HOLLAND, 2002, 2013; SHERIDAN, 1980; SMART, 1985) sobre enunciado, regras e discurso redimensionam o tema. Na operacionalização destas ideias, a arqueologia opera no plano da história, tornando necessário compreender sua apropriação desta segunda questão, como forma de apreender aquelas primeiras ideias. Decerto, sua relação com a história se mede em termos particulares. Parte de um esforço mais amplo em se contrapor ao humanismo, a arqueologia compreende a história como consequência não da ação do sujeito. Na verda-

de, sua abordagem busca exatamente se distanciar da intervenção do homem.

Libertar-se do peso contido na imagem do sujeito autônomo não representa tarefa das mais fáceis. Demanda construir uma abordagem em que seja possível reconfigurar esta sua suposta especificidade em outros termos. Aqui, entende-se a história como organizada por um conjunto de regras de formação. Definir a operação destas regras implica perceber uma movimentação no interior de uma dimensão específica: um espaço lógico no qual operam dimensões localizadas para além de indivíduos, instituições ou organizações. Estas regras permitirão a emergência de determinados objetos – entre eles, as mídias – cuja organização ocorre através de relações constituídas pelo discurso. Compreende-se a intervenção do discurso como uma prática, ordenando objetos previamente inexistentes.

Vê-se a dimensão de um primeiro conjunto de questões. A constituição de um objeto decorre não de sua descoberta por algum sujeito; da observação capaz de revelar um dado preexistente; do entendimento mais preciso sobre um problema até então não claramente percebido; da ação de inventores ou descobridores. Um objeto se organiza a partir de sua diferenciação, em um processo de estruturação que depende de movimentos de emergência-delimitação-especificação. Nesta instância de delimitação, os objetos ocupam lugar uns em relação aos outros, adotando sua especificidade, neste processo. Em sua constituição, um objeto se separa dos demais, delimitando-se no interior de si mesmo, posteriormente.

Uma vez que a organização de um objeto se obtém não pela psicologia exercida por uma subjetividade ou pela dimensão transcendental de algum sujeito, o resultado, embora opere como uma totalidade, institui-se a partir da associação de diferenças em um campo estável. Entende-se um objeto não como o resultado de uma unidade de suas várias frações constitutivas, mas em termos das dissociações que possam formá-lo. A organização de um objeto se mantém indiferente diante da possibilidade de deparar-se ou não com contradições entre os elementos que o constituem. De fato, eles garantem sua estabilidade a partir exatamente da diversidade dos elementos em associação.

A possibilidade destas dispersões coexistirem, dotadas de estabilidade, depende da ação do discurso.

Um segundo conjunto de temas decorre daí. Certa expectativa sobre a mídia esteve em compreendê-la a partir de identidades, estabilidades constituídas em determinadas periodizações. Estes instantes se constituíam pela separação entre momentos distintos, agregando categorias semelhantes, pressupondo que qualquer diferença ou identidade residiria na contração entre certos períodos. Neste espírito, tende-se a separar o audiovisual por “eras”, fases que se alternariam no tempo. Teria existido uma “fase do *broadcast*” entre as décadas de 50 e 80, cedendo posteriormente espaço à televisão segmentada e, daí, à convergência tecnológica contemporânea. Contudo, mais produtivo se torna perceber que qualquer organização para o audiovisual pressupõe superfícies em associação descontínua, permitindo a existência, em diversos momentos, de aspectos particulares.

Não se trata de afirmar alguma frustrante impossibilidade de identificar formas e atribuí-las à imagem em movimento: exatamente o contrário. Trata-se de indicar que a constituição do audiovisual contemporâneo depende não de algum traço específico ao presente, ausente em períodos anteriores. Envolve a convivência de marcas diversas, algumas delas presentes antes mesmo da transposição do audiovisual para a internet. Sua constituição implica não a condição de velho ou novo, mas o tipo de ordenação obtida por múltiplos traços a partir de um diagrama. A reestruturação da indústria cultural não ocorre pela divisão entre um “antes” e um “depois”, à espera do dia em que finalmente se discernirão a interatividade dos canais de retorno ou a construção de um coletivo inteligente. Apreender este limite implica questionar uma visão sobre a história que se concentra na oposição entre momentos antagônicos.

Após propor esta discussão sobre os processos de ordenação dos objetos que constituem a realidade; sobre a organização da história; sobre a dissolução da centralidade do sujeito, ao final desta exposição, surge a questão: afinal, em que termos podem-se ordenar estes processos? Propõe-se que qualquer configuração histórica reside em um plano bastante específico, decididamente abstrato. Presume-se que a realidade possui re-

gras de organização e que, a partir de movimentos localizados no interior destas regras, constroem-se quaisquer ordenações.

Difícil pensar em termos de regras sem se remeter à discussão que permitiu a este tema emergir com tamanha influência: o estruturalismo. Para esta visada, a questão central residiu em entender a constituição da realidade como consequência de relações subterrâneas, distantes da ingerência do sujeito, reduzindo a importância da consciência. Tanto para o estruturalismo quanto para a arqueologia, as regras se referem não a leis no sentido que a ciência natural atribuiu à ideia: determinações capazes de ditar a ação do homem do mesmo modo que a gravidade coordena a queda de uma pedra. Uma lei estipularia qual ação se deveria necessariamente tomar em qualquer circunstância. Uma estrutura delimita as condições de possibilidade para se constituir a realidade. Os elementos responsáveis pela ordenação do concreto são pensados nos homens, mas não criados por eles. As categorias de pensamento se tornam produtos elaborados alhures, mas não pelo humano (PACE, 1992).

A arqueologia compartilha do interesse por este sistema de regras, com ênfase distinta, contudo. Um dos pontos mais relevantes em sua separação do estruturalismo reside no entendimento de que pensar em termos de estruturas significa se manter no âmbito da assim chamada episteme clássica. Aceitar unilateralmente o tipo de análise oferecida pelo estruturalismo implica raciocinar segundo uma lógica da representação. Frente às dificuldades desta posição, a arqueologia introduz outra concepção sobre regras, considerando seu sentido em direção distinta.

Regras se definem como uma prática, cuja ordenação decorre de seu uso. Aqui, o interesse reside em compreender seu emprego. Se a arqueologia se institui como um esforço para apreender a constituição de realidade, apreender esta ordenação recorre não a estruturas sincrônicas, mas procede no âmbito da história. Por isso, interessa exatamente o movimento desta história, na expectativa de compreender em quais termos cada momento teve a oportunidade de se formar. Deste modo, regras surgem como uma tessitura complexa, mantida pela ordenação construída através dos múltiplos fios a partir dos quais se sustenta.

A percepção sobre estas regras se desdobra na concepção sobre uma das especificidades da arqueologia: a formação dos objetos. Um objeto se define como uma instância ordenada por um processo no qual estas regras de formação mostram significativa importância. A natureza concreta destes objetos se mostra a mais variada. Nas discussões empreendidas por Foucault, a gramática, a economia ou a medicina afirmam-se todas como objetos. Compreender as fronteiras entre eles, entender o limite a partir do qual se separam uns dos outros se torna tarefa que impõe uma metodologia específica.

Voltar-se para estes objetos permite compreender a questão. Os envolvidos com cada uma destas tarefas, participantes dotados de um lugar específico nas atividades assim definidas, possuem parâmetros destinados a indicar as fronteiras daquilo que fazem. Cientistas, quando envolvidos em suas atribuições corriqueiras, supõem certos limites para seu campo de conhecimento. Estas fronteiras se constituem de modo razoavelmente claro: a física possui balizas que a distinguem da química, enquanto esta mantém também os seus, diferenciando-se em relação a outras disciplinas. Contudo, não vão ser os parâmetros produzidos por um grupo de indivíduos que auxiliarão a arqueologia em sua delimitação de um objeto.

Se assim fosse, se poderia explicar a organização destas disciplinas a partir dos critérios intrínsecos à própria atividade. Ocorre exatamente o oposto. Na percepção que a arqueologia critica, seria possível crer que “descobrir” um novo “avanço”, que poderia conduzir a alguma “revolução”, consiste em observar por outro ângulo certa realidade previamente existente. Assim, se poderia substituir a resposta anterior, “errada”, por outra, “correta”, capaz de explicar algo outrora difícil de compreender. Desta visada, se iriam supor os atos dos sujeitos envolvidos como os responsáveis pela formulação distinta da que anteriormente se havia presenciado. Contudo, não serão estas ações particulares as responsáveis por permitir esta transformação. Na verdade, a alteração procede a partir de novas combinações nas regras de formação.

A tentativa de deslocar a noção do “aprimoramento” de um conhecimento dado a partir das “descobertas” de um sujeito possui relevância de várias formas. Supor um dado conhecimento como “superado” implica uma postura bastante específica.

Descartar certa disciplina como “ultrapassada” significa imaginar a constituição da realidade como atos que envolvem o conhecimento como coisa possível de se acumular de forma encadeada. Para permitir esta visada, se deveria pensar um objeto como um todo unitário, coordenado por um ponto de origem a partir do qual seu desenvolvimento procede. Ao contrário, a arqueologia supõe sua dispersão. Ao invés de algum encadeamento, entende-se a constituição de um objeto como consequência da conexão entre elementos dos mais diversos. Ao se abandonar a tentativa de identificar certo ponto original capaz de supor uma direção única, abandona-se também a expectativa por algum destino final².

Se, na constituição de um objeto, não se imagina que tenha sido descoberto pelas ações individuais de inventores, descobridores ou exploradores; se não se supõe que decorra da observação progressiva capaz de revelar algo preexistente; se não se o encara como o resultado de um melhor entendimento sobre a formulação de um problema anteriormente despercebido; se estes objetos decorrem de transformações proporcionadas por regras, como, então, estas regras atuam?

Já se sabe que a constituição de um objeto procede através da diferenciação que lhe permite surgir e se delimitar. Neste movimento, este objeto ocupa um lugar em relação a outros. Após emergir, delimitar-se e especificar-se, vem a se dotar de particularidade. Contudo, um objeto não preexiste à constituição de sua positividade. Não se pode considerá-lo como um signo, algo sobre o qual se fala. Nestes termos, o arqueólogo iria se ater a um debate sobre referentes e linguagem. Aqui, o objetivo reside em desconstruir uma possível relação entre palavras e coisas, em prol de uma opção distinta.

2 Levar a sério esta dispersão permite enfatizar as diversas associações das quais o conhecimento depende. O exemplo da loucura é elucidativo. Sua constituição como objeto envolve instâncias muito variadas. Relaciona-se à lei, à ciência, à medicina, associando-se também a campos como a arte, dado o tipo de personalidade que tolera, entre outros. Na diversidade que pode organizar um objeto pontual, percebem-se as rupturas e as discontinuidades. A constituição da loucura decorre da possibilidade de diferenciar a razão da não razão, instituindo uma diferenciação fundamental, anteriormente ausente. A ausência de distinção entre ambas tornava a loucura algo carente de positividade e, em certo sentido, inexistente. Esta unidade procede por uma regra, prática que unifica esta diversidade, a partir de uma associação na qual, dada a pluralidade de elementos, não se pode identificar uma gênese.

A unidade instituída para os objetos por uma prática, constituída por aquelas regras anteriormente discutidas, torna esta regularidade importante devido ao modo como as regras submetem as dispersões a uma dada unidade. Esta unidade consiste em ordenações capazes de garantir a constituição de certo lugar para um conjunto de objetos. A tentativa arqueológica de delimitar a organização da realidade decorre da expectativa sobre a não aleatoriedade de sua formulação. De fato, existem princípios que podem constituir alguma unidade para os elementos que constituem a história. Contraditoriamente, a possibilidade desta unidade procede ao se identificar as dispersões, considerando-as a sério.

Supõe-se que as regras se relacionem a um “lado de fora”, a uma dinâmica intrínseca de poder que reside no diagrama. Este diagrama opera em uma dimensão que se contrapõe, como crítica, à visão herdada do estruturalismo. Permite a produção de história, dado que se refere ao devir e à chance de ordenar processos de mudança. Um diagrama se refere à dimensão responsável pelo movimento e pela transformação. Opera não como a descrição dos elementos responsáveis por garantir a manutenção da realidade em determinado formato. Implica as dimensões a partir das quais se torna possível sua constante reformulação.

Instâncias decorrentes da construção de diagramas distintos, as relações disciplinares ou de controle se envolvem, cada uma a seu modo, não apenas com formas para o dizível, para as regularidades e o enunciado, mas também para o visível. Essas instâncias referem-se a dimensões de expressão e conteúdo, de função e matéria. Seja no diagrama relativo à disciplina, seja no que concerne ao controle, estes processos de integração-formalização implicam a constituição da curva-enunciado e, também, do quadro-descrição. À ordenação de regularidades e de conjuntos de regras soma-se também a enumeração específica de formalizações, de circunstâncias constituídas.

Se estas regras operam a partir de associações entre pontos em busca de uma curva responsável por atribuir à dispersão regularidade a partir de determinada conexão, as descrições permitem a conformação de circunstâncias historicamente delimitadas, na matéria formada de quadros constituídos a

partir do efeito da luz. Ambas, regras e descrições, permitem a estruturação de duas instâncias, de enunciados e de visibilidade. O modo como descrição e regra operam integrações se refere, respectivamente, à linguagem e à luz.

Construir o diagrama implica apontar a constituição de forças a partir das quais operam regras, mas também descrições. A formalização implica instâncias molares, em formações estratificadas. Todavia, a atualização nestas formas opera a partir de pontos de fissura, de dimensões de passagem. Estes polos distintos de descrições e regras sugeririam instâncias intensamente próximas, dando, contraditoriamente, a impressão de identidade entre ambas. Entretanto, no espaço entre as dimensões das descrições e das regras, a redistribuição que as instituições operam se refere a um sistema de diferenciação, cuja ordenação envolve formalizações relativas tanto a um polo quanto a outro. Toda atualização implica um processo de diferença, operada na forma de uma instituição, que depende tanto de regra quanto de descrição.

Indispensável se torna identificar os elementos relativos a estes diagramas no que se refere aos sistemas audiovisuais. Para o audiovisual, estas matérias formadas, estes quadros que surgem na luz consistem no *broadcast*, multicanal, *streaming*, com seus diversos atravessamentos em termos das composições específicas a cada diagrama, ordenados em termos de conteúdo, exposição, agregação. Esta divisão em três temas reside no diagrama, na máquina abstrata, dimensão desprovida de matéria e forma específica, operando em uma dimensão distinta do dizível e do visível, do discursivo e do não discursivo. Implica diferentes formas de conteúdo a partir das quais se identificam as formas particulares destes sistemas audiovisuais. Estes modelos se referem a atualizações particulares, estruturados como meios com os quais é possível lidar.

3 As Formas do audiovisual: broadcast, multicanal, streaming

A formação do audiovisual contemporâneo decorre das possibilidades que se abrem para associações variadas, de

um modo difícil de imaginar no que se refere aos formatos anteriormente disponíveis. Estas combinações se instituem a partir de circunstâncias que se sobrepõem a dinâmicas presentes em momentos nos quais as ordenações no interior de normas, técnicas e trocas operaram de outro modo. O *broadcast* implicou um formato disciplinar; o multicanal, o estriamento que restringia a multiplicidade naquele instante introduzida; o *streaming*, em contraponto, guia-se por uma configuração particular em relação a temas herdados de ambos, pautada pelo controle e por uma disposição que adere à lógica do protocolo.

A partir do *streaming*, radicalizam-se diversas possibilidades: a constituição de acervos aptos a explorar; a retomada particular do fluxo típico do *broadcast*, cuidadosamente reconstruído; a desagregação e dissociação das emissoras que compunham o multicanal; a construção de outros modos para reagregar conteúdos, não mais no rígido formato pregresso; a pluralização de oportunidades para a criação de mais material; a reutilização de audiovisual já amplamente conhecido, elaborando estruturas de difusão diversificadas. Este conjunto de dimensões, relativas a conteúdo, exposição, agregação, surge como uma categorização abstrata a partir da qual se identifica a forma para este audiovisual. Encontram-se em jogo outras chances para combinações, construindo formas cuja ordenação não se mostrava viável a partir das expectativas até então oferecidas.

Uma experiência inicial se marca pela negociação de conteúdo a partir de *download*. Remanescente do formato introduzido por Apple a partir de 2001 com a difusão da rede iPods-iTunes, então voltada para a música (DE MARCHI, 2016), a experiência inicial com *downloads* lida com tudo aquilo que o *streaming* não vai se tornar. Este *download* engendrava uma posse de conteúdo que implica uma apropriação limitada das oportunidades em jogo. Significativamente mais complexas, as opções abertas durante a segunda metade da década de 2000 a partir da transposição de audiovisual para a internet deixam de lado a lógica rústica centrada na posse de determinado conteúdo, em direção a outra, baseada nas técnicas de acesso. De fato, a autonomia de audiovisual a partir de internet envolve as tentativas, a partir de 2009, para associar o *streaming* à autenticação de assinaturas para cabo-satélite, como introduzido, no centro,

por Verizon, Comcast e Time Warner Cable, na semiperiferia latino-americana, por Telmex e Telefónica.

Este formato de autenticação multicanal se define como uma forma de garantir as assinaturas aos serviços progressos, uma tentativa para a administração do excesso que retoma os moldes anteriormente oferecidos pela televisão a cabo (LOTZ, 2007; WOLFF, 2015). Tentava garantir uma possibilidade para dimensionar o futuro a partir de uma apropriação direta do passado. Deste modo, revela-se uma opção ainda no âmbito da repetição de serviços de infraestrutura e de produtores de conteúdo característicos à televisão segmentada. Contém diversos limites, em pontos impossíveis de se integrar com a formalização posteriormente adotada. Implica uma experiência intermediária, uma tentativa provisória, uma trégua antes do giro posterior.

A dimensão institucional a partir da qual recaem as possibilidades futuras para o *streaming* depende de um ambiente no qual a propriedade das infraestruturas para a difusão de cabo e de internet recai sobre os mesmos bolsos. Caso os proprietários das estruturas para a difusão de dados via internet em alta velocidade não tivessem se tornado os mesmos donos dos sistemas de televisão convencional, ao longo de diversas aquisições de serviços de internet por atividades de cabo ou de telecomunicações, as condições para esta transposição se mostrariam certamente distintas. A propriedade destas redes de tráfego garante certa ausência de atrito com o futuro. A propriedade com a apropriação dos aplicativos operando em *tablets* e *smartphones* (AULETTA, 2010; VOGELSTEIN, 2013). Inicialmente, estes mecanismos não escapam às tentativas de resistência previamente instituídas pelo multicanal. Em um primeiro momento, envolvem-se com a tentativa de aliar novos instrumentos ao processo, embora sem se desatrelar da autenticação. Porém, a despeito da tentativa de continuidade, introduzem um ponto anteriormente ausente: a dimensão disruptiva presente no uso do *software* (CHUN, 2011; MANOVICH, 2001), associando radicalmente o audiovisual a tecnologias de informação. A adesão entre a imagem em movimento e as tecnologias de informação se mostra como outra dimensão a partir da qual se institucionaliza o *streaming*. A partir de então, os canais de difusão passam a dispor da chance de se referir não somente a emissoras. Dependerão de aplica-

tivos que administram o audiovisual como fariam com qualquer outro tipo de informação. A imagem em movimento torna-se um recurso navegável, que se manipula exclusivamente por esta técnica. Entre 2015 e 2016, radicaliza-se o processo, abandonando as assinaturas, organizando formatos ainda inexplorados para a reagregação de conteúdo em padrões que se dissociam do multicanal, conforme se aproximam de estruturas de difusão digital proporcionadas exatamente por estes mesmos aplicativos.

A transição do audiovisual para a internet envolve a revisão do modelo multicanal, estes operadores segmentados surgidos a partir de um relacionamento prévio, tenso, com as redes de *broadcast* (CURTIN; SHATTUC, 2009; HOLT, 2011; PARSONS, 2008). Acossado após a constituição deste segundo formato, o *broadcast* convencional passaria a negociar espaço com este segundo padrão – que começa, pelo *streaming*, a presenciar a sua própria revisão. A partir da década de 70, contrapunha-se à televisão convencional um modelo que revia a lógica pautada pela massificação, pela homogeneidade, pela disciplina. A partir da década de 2000, definir um formato para o audiovisual pautado por *software* e distribuído pela internet implica rever o revisto. Agora, adensa-se a possibilidade de ultrapassar o multicanal, este que então se revela tão somente como um momento intermediário entre o *broadcast* e o audiovisual via internet, que segue em direção localizada alhures. Abandonar a televisão segmentada implica se separar de algo consolidado em direção a apostas com diversas incertezas.

A despeito de se revelar como o instante anterior para a organização do *streaming*, o multicanal, durante a segunda metade da década de 2000, parecia ter alcançado uma relativa estabilidade. No centro, havia se instituído a partir de grandes operadores de infraestrutura física para televisão a cabo e por empreendimentos de telecomunicações. Mais importante, estas atividades haviam investido em internet banda larga e em infraestrutura de dados, tornando-se os proprietários também destes recursos. Como consequência de aquisições diversas, as infraestruturas responsáveis por prover internet banda larga se tornavam parte das atividades coordenadas por estas operações de cabo. No instante de sua concentração, a associação entre ambas se mostra como parte de uma tentativa trivial para ob-

ter melhores resultados financeiros. Contudo, sua importância se estende para além de um imperativo de momento. Implica a inserção da dimensão particular dotada de central importância para a construção do diagrama e suas possibilidades de vir a ser.

Constituída durante a associação de propriedade entre empreendimentos de telecomunicações e operações de audiovisual, a venda de serviços de dados importa em termos de seus desdobramentos para o futuro. Implica a convergência a partir da qual se torna possível a apropriação do audiovisual como um recurso de *software*, como um insumo manuseado como qualquer outro recurso de tecnologias de informação. Esta associação entre internet e audiovisual permite a intensa convergência entre a imagem em movimento e a programação. Na transformação em curso, aquilo que se conheceu como televisão toma parte em um universo mais amplo.

Atravessa-se este processo a partir da constituição do *streaming*, como uma dimensão concreta que institui as possibilidades que se começam a definir nesta atualização. Transita-se de um formato em que o audiovisual é organizado unicamente como parte de um ambiente relativo a operações multicanal, administradas por empreendimentos de cabo ou telecomunicações, em direção a outro, no qual estas ações pregressas convivem com tecnologias de informação e com empreendimentos em rede. Decisiva se torna a transformação na experiência com a imagem em movimento sem a mudança da estrutura de propriedade dos empreendimentos envolvidos com a sua exploração. Este relacionamento implica perceber as circunstâncias nas quais se constroem outros formatos de acervo, para a desagregação de emissoras, para a produção de conteúdo original.

Este formato do *streaming* consiste em uma atualização, uma objetificação capaz de tornar visível determinada formulação, viável em dado momento, cara a determinado instante. Entre os arranjos provisórios que constroem a realidade, lida, como uma estratégia, com o conjunto de temas a partir dos quais se observa determinada arrumação no interior de normas, técnicas e trocas, assim como a forma como se associa em certo formato, em certo momento, com os vetores de conteúdo, exposição, agregação. Aponta para uma dimensão particular, como uma possibilidade entre outros conjuntos viáveis, como ocor-

ra com qualquer arranjo obtido para a organização do audiovisual. Como havia sucedido com o *broadcast* ou o multicanal, refere-se a um corte no fluxo de imanência, delimitando uma forma em compreensão no tempo-espaço.

Analisar a televisão e a indústria cultural implica perceber combinações, observando os desdobramentos de diagramas diversos. Rever a lógica do *broadcast* implicou reconfigurar possibilidades prévias, reconstituídas pela ampliação dos serviços de cabo; pela produção de conteúdo original por emissoras dissociadas destas redes convencionais; e, mais importante, pela negociação deste conteúdo em plataformas variadas. Para o *broadcast*, o diagrama consistia na coordenação do público a partir de uma definição de horários, na administração da publicidade, na generalidade e na indiferenciação do conteúdo. Refere-se a certa direção para a criação de material, a determinado padrão de agregação de conteúdo, à institucionalização da tecnologia do fluxo. Importante fora a apropriação, pela televisão, do formato de redes, em conjuntos de emissoras transmitindo um mesmo material. Esta lógica, introduzida pelo rádio já a partir da constituição de NBC em 1926, permitia ultrapassar limites técnicos para a difusão de ondas eletromagnéticas.

O financiamento adotado procedia a partir de um tipo específico de publicidade. Após eliminar a intervenção de agências de propaganda e de patrocinadores exclusivos arcando com programas determinados, coube às redes concentrar a produção e financiá-la pela venda de espaço não para um, mas para vários anunciantes. Pela construção da massa, viabiliza-se a administração de um recurso de intensa importância: o público. A relação com conteúdo se consolida após um período de experimentação, envolvendo ações nas quais CBS se mostra essencial. A década de 50 se caracteriza por audiovisual ao vivo, produzido na região de Nova York, com as redes se atendo a tarefas de distribuição. A partir da década de 60, frente à atenção das redes para a produção, desenvolve-se, na superfície das técnicas, material gravado, elaborado, na dimensão das trocas, com estúdios localizados na região de Los Angeles. Conferindo relevância ao *syndication*, este registro permite sua redistribuição e comercialização em diversas ocasiões, para emissoras locais ou para países estrangeiros. A busca por sucessos e a administração de ta-

lentos criam um catálogo (cujas produções lapidares se tornam programas como *I Love Lucy*; *The Beverly Hillbillies*; *The Andy Griffith Show*), possível de se revender em ocasiões variadas.

Esta combinação delimita uma forma pautada pela inflexibilidade. Como desdobramento, o *broadcast* produzia operações que primavam pela regularidade. Garante-se a sobrevivência do modelo a partir do fechamento à intervenção de qualquer tipo, no qual o público se encontra exposto a fluxos de conteúdo semelhante em horários específicos, produzido segundo um único padrão de financiamento (GOMERY, 2008; WILLIAMS, 1974). A reorganização do audiovisual dependerá do surgimento de novos serviços. A partir da década de 70, criam-se outras emissoras – cujo formato paradigmático TNT, CNN, MTV, The Movie Channel, Nickelodeon afirmam – ordenando outra forma para a televisão, em direção ao multicanal. A ampliação de serviços destitui o fechamento proporcionado pelas redes progressas de *broadcast*. A partir de então, demandam-se soluções diversas, em termos de trocas, para a coordenação destes novos canais, buscando sua negociação para novos envolvidos: sistemas de distribuição a cabo e, posteriormente, por satélite.

Distinta da anterior, esta forma prima pela proliferação de serviços de distribuição, pela diversificação do conteúdo produzido, pela necessidade sistemática de instituir formas variadas de negociação de material. Estes serviços se definem como canais segmentados, com material distinto da generalidade progressa. Se as operações de cabo e satélite consistem na primeira atividade capaz de reordenar o *broadcast* e de deslocar a lógica anterior, o audiovisual associado a *software* radicaliza a possibilidade de modulação, controle e protocolo e institui uma experiência distinta tanto da televisão convencional quanto do multicanal. Exemplo de molde, as tecnologias típicas do séc. XX dependiam de unidade: um espetáculo de duração determinado em alguma sala escura, uma janela para o fluxo de transmissão sequencial em residências. Eliminar a centralidade do cinema e da televisão produz uma intensa diversidade para a organização de normas, técnicas e trocas. O formato do séc. XXI prima pela diversidade, que no limite pode resultar até mesmo na proliferação caótica de equipamentos incompatíveis.

O audiovisual define seus traços fundamentais já a partir do *broadcast*, cujas marcas se retomam em tantas outras ocasiões. Já na organização de redes como CBS, NBC, ABC, a importância da capacidade de dispor de conteúdo como um recurso se forma a partir da construção dos catálogos disponíveis para reaproveitamento. Necessário se torna administrar o excesso, e não dispersá-lo a partir de alguma lógica irracional. Esta atenção à oportunidade de dispor de material se retoma em todas as ocasiões, seja para o *broadcast*, seja para o multicanal, seja para o *streaming*. Negociar conteúdo em muitas circunstâncias, consequência da chance contida na reprodução técnica, surge como questão legada ao futuro já no momento em que se constituem as redes.

Contudo, as redes de *broadcast* então em operação lidavam com oportunidades limitadas em termos de renegociação. Para o multicanal, este material dizia respeito a criações dispersas por estruturas das mais diversas. Não se trata mais somente de produtoras negociando com grandes redes, mas de criadores buscando acordos com personagens dos mais diversos, canais grandes e pequenos. Se o *broadcast* se constituiu a partir da escassez de oportunidades para apropriação de audiovisual e de constituição de outros serviços para a sua distribuição, o multicanal se consolida a partir de seu excesso, multiplicado pelo *streaming*. A partir destes traços caros já no instante do multicanal, o formato de *streaming* se guia por multiplicar serviços a partir da negociação de conteúdo já com importância prévia. O conteúdo se torna não apenas o recurso que alimenta serviços de difusão: mostra-se como o principal recurso a permitir a sua multiplicação. Justifica-se cada novo serviço a partir da quantidade de audiovisual a ele específico. São circunstâncias que se tornam um legado importante para a constituição da imagem em movimento associada ao digital, momento de excesso por excelência.

A institucionalização do *streaming* implica lidar com as possibilidades de negociação de conteúdo e de circulação da cultura de modo mais intenso. A constituição de formas variadas para a negociação entre os múltiplos envolvidos implica maior diversidade de associações, por um lado; por outro, refere-se também à obrigação de limites mais intensos em relação à ex-

pectativa de delimitar certas barreiras a este fluxo. Deixar fluir, mas também permitir reter se mostram como temas do protocolo e do controle. Inscrita desde a organização do *broadcast*, a decisão sobre permitir ou não determinadas licenças adquire múltiplas dimensões, frente à proliferação de formatos envolvidos: aplicativos em dispositivos móveis, serviços via browsers, associações entre equipamentos, entre outros.

Qualquer coordenação em termos de determinada regularidade e de sua formalização – *broadcast*, multicanal, *streaming* – implica a dinâmica de transformação inscrita no diagrama. Cada um destes formatos indica uma atualização no fluxo constitutivo da realidade, da própria vida, uma parada específica na multiplicidade engendrada em termos de efetividades virtualmente disponíveis. A operação do diagrama, como ferramenta a duplicar o fluxo, indica a oportunidade de identificar determinados traços fundamentais: a relação entre a criação de conteúdo e sua reutilização; a configuração dos parâmetros de exposição, a partir de fluxos em sequência de imagens ou por seu acesso em arquivos capazes de coordenar acervos; a fórmula pela qual se associam os instrumentos para difusão, criando emissoras interligadas, ou pela qual se elimina este vínculo, gerando a sua desagregação.

4 A composição do diagrama: conteúdo, exposição, agregação

A organização obtida para o audiovisual contemporâneo depende de forças em relação. Envolve cruzamentos variados em superfícies de normas, técnicas e trocas, dimensões atravessadas a partir de outros traços: conteúdo (inédito-reapropriado); exposição (via fluxo-acervo); agregação (e desagregação). A dimensão da criação se refere à importância da elaboração de conteúdo audiovisual como um instrumento para ordenar os serviços de difusão, em relação ao qual age a tensão entre a dimensão do inédito e do previamente conhecido. O tema da exposição envolve a relação com as lógicas para a apresentação do audiovisual, que ou retomam o fluxo característico à televisão, presente desde o *broadcast* convencional, ou constituem

acervos. Agregação se refere à dissociação ou reassociação do vínculo entre serviços que empacotam conteúdo; à manutenção de pacotes de muitos canais negociados em conjunto ou à sua desagregação em grupos menores. Estas três dimensões se combinam em atualizações, localizadas em circunstâncias concretas, instituídas em um plano de imanência.

A descrição destas três dimensões para a institucionalização do audiovisual não pressupõe qualquer ordem de importância. Enumerá-las em sequência não significa que a primeira se imponha sobre a segunda, e esta sobre a terceira. Na verdade, todas as três se entrecruzam, relacionando-se entre si. Em certos momentos, algumas delas recebem maior destaque; em outros, determinado traço ganha mais atenção. Dispostas sem hierarquia, não determinam umas às outras. Ao se relacionar estas três dimensões – criação inédita-previamente aceita; apresentação em fluxo-acervo; agregação de pacotes-desagregação – lida-se com forças que apontam, cada uma, para dinâmicas próprias, interceptando-se em certos momentos; em outros, seguindo direções particulares.

Compreender o cenário de transição dos modelos de assinaturas para serviços multicanal em direção à difusão via internet implica observar, nas dimensões fluxo-acervo, conteúdo inédito-reapropriado, agregação-desagregação, a organização de parâmetros para lidar com normas, técnicas e trocas. Em termos das trocas, questão central se torna, por um lado, a negociação entre produtores e distribuidores; por outro, as aquisições de empresas umas pelas outras. No que se refere às normas, o tema consiste na necessidade de lidar com as regulamentações impostas nos mais variados níveis: em certos momentos, nas decisões de governança necessárias a estes acordos; em outros, na regulamentação do Estado. Na relação entre estas superfícies das normas e trocas se identificam dimensões em relação descontínua. Não se trata de imaginar a dimensão econômica como capaz de definir o formato de constituição do audiovisual, exercendo algum tipo de primazia. Do mesmo modo, a superfície das normas não se mostra capaz de delimitar a lógica da imagem em movimento. Em suas dimensões particulares, as normas acionam os abstratos para a constituição deste audiovisual. Problemáticas que envolvem o conteúdo, por exemplo,

desdobram-se em termos de questões relativas ao universo das trocas e das normas: os termos da negociação entre produtores e distribuidores se mostram como um tema relativo à primeira superfície; a necessidade de delimitar regras responsáveis por obrigar produtores a licenciar material para serviços de qualquer espécie, à segunda.

4.1 Conteúdo inédito-apropriado

Após tentativas iniciais de se afirmar como um distribuidor dotado da habilidade de negociar conteúdo já amplamente conhecido, as primeiras operações de *streaming* – e Netflix merece destaque – passam a se apropriar do controle sobre conteúdo inédito como sua estratégia. Após se apreender a relevância deste instrumento, repetir a sua apropriação em diversas ocasiões se torna uma tendência que não irá mais apresentar sinais de enfraquecimento. Não se trata da primeira ocasião em que se recorre a este instrumento. Na verdade, o recurso a conteúdo inédito retoma uma dimensão à qual anteriormente já se havia recorrido como parte do processo anterior de afirmação da própria televisão multicanal em relação às redes de *broadcast*. Vem-se a reunir este ponto disperso a partir de um novo formato de associação: a curva traçada no âmbito da constituição do *streaming*, com sua configuração particular.

Durante a década de 90, operações de multicanal, após um período em que buscam se afirmar recorrendo à estratégia de competir por acordos sobre direitos relativos a conteúdo amplamente conhecido, controlado por seus criadores, radicalizam outra estratégia: transformar-se, elas próprias, em produtores de audiovisual. Lidam com a capacidade de dispor de direitos de exclusividade sobre seu próprio material, impondo seus próprios limites à sua apropriação. Estas fronteiras de propriedade se tornam um procedimento de estriamento, produzindo barreiras específicas a partir deste recurso particular: o audiovisual. Os mantenedores deste obstáculo se constituem como canais Premium, como HBO e Showtime, diferenciando-se de outras emissoras de multicanal e se tornando recorrentemente relevantes durante as renovações nas regularidades relativas às formas adotadas pelo audiovisual (MARTIN, 2014).

Os obstáculos impostos implicam oportunidades para a ação econômica a partir de delimitações legais. Assim, garantem, principalmente, a possibilidade de ordenar as dinâmicas de excesso, inserindo-as dentro de regulamentações bastante específicas. Transitar em direção ao *streaming* se apropria deste movimento pregresso de estriamento, outorgando a esta outra forma a possibilidade de tomar parte entre os demais difusores legítimos. Por um lado, serviços surgidos a partir do *streaming*, como Hulu e Netflix, tomavam parte em embates por estas licenças de difusão. Por outro, as investidas via autenticação multicanal para instituir o *streaming* implicam a negociação de audiovisual com estas plataformas de modo massivo: as adaptações para as estruturas de cabo e fibras controladas por Comcast e Verizon. A autenticação multicanal garante volume de imagens, oferecendo, *online*, aquele mesmo conteúdo previamente disponível em serviços de televisão segmentada. Agora, este material ressurge não como um acessório ou um divertimento, mas como uma atividade com formato claro e definido.

Negociado pelas mesmas operações de infraestrutura e pelos mesmos criadores de conteúdo que haviam definido o multicanal, este conteúdo já conhecido oferece ao *streaming* o benefício de se tornar não mais um elemento estranho às rotinas de difusão de audiovisual, mas, sim, uma prática de direito próprio, com importância semelhante àquela desfrutada pela televisão a cabo. Transforma-o, enfim, em um formato ao qual se pode aderir com serenidade. A dimensão posterior, durante a consolidação de plataformas específicas, como Netflix, e diante das dificuldades que experimenta em tomar parte nestes limites impostos pelos detentores de direitos de distribuição, retoma, à curva, aquele importante ponto relativo à produção de conteúdo próprio. A radicalização do *streaming* observada a partir de 2015 impõe este processo para criadores ainda de menor porte. Criar conteúdo se torna uma possibilidade disponível para todos.

A relação entre conteúdo inédito-conhecido implica não qualquer tipo de contraponto entre ambos, mas a necessidade de coordenar o relacionamento entre ambas as instâncias. Cada serviço – Netflix, Hulu, Amazon Video – administra o conteúdo que vem a criar, do mesmo modo que depende do aces-

so a audiovisual licenciado por outros produtores. Em cada um destes níveis, todos se veem igualmente em meio às contingências de se mostrar como um mero distribuidor para imagens em movimento já difundidas alhures ou como o depositário específico de certo tipo de material inacessível para os demais. A estas complexidades associa-se a tensão decorrente do *streaming* se afirmar como o desdobramento de outra dimensão que já lida, por sua vez, com esta mesma distinção entre o velho e o novo: o multicanal. Arcar com esta diversificação experimentada implica operar como um duplo destes serviços de multicanal, com a constante ameaça de tomar o seu lugar.

Porém, não se trata apenas de ampliar a possibilidade de produzir conteúdo inédito, mas de apropriar-se de oportunidades para retomá-lo em proporções ainda não experimentadas. A expansão do *streaming* implica a intensa diversificação de serviços envolvidos com a tarefa de elaborar, eles próprios, experiências particulares de segmentação. A expectativa de operações de internet ou de telecomunicações, como Comcast (para seu serviço Watchable) e Verizon (com go90), implica associar-se com criadores específicos como forma de retomar a estratégia de se afirmar como uma operação de *streaming* dotada de conteúdo exclusivo. Criar material inédito se torna um recurso multiplicador, ampliando a chance de desdobrar outros serviços. Em jogo encontram-se possibilidades de recombinação: a necessidade de assentar-se sobre a internet como técnica; a multiplicação de oportunidades para a apropriação por plataformas; a necessidade de coordenar a tensão entre obter licenças de outros produtores e administrar as que controle, entre outras recombinações proporcionadas pelo *streaming*.

No momento em que o *streaming* se afirma, a repetição destas dimensões em nada novas convive com outro ponto, adicionado durante a constituição desta outra regularidade: a presença do *software*. A especificidade destes serviços centrados no *streaming* consiste em sua constituição orientada especificamente a partir de tecnologias de programação, como o elemento em ação no que se refere à superfície das técnicas. Ao contrário do instante anterior típico do multicanal, que pode depender de múltiplas tecnologias (cabo, satélite, micro-ondas, entre outras), o *streaming* recorre ao formato caro à internet e, mais importan-

te, à dimensão de controle que, a partir do protocolo, observa-se no *software*.

4.2 Fluxo-acervo

Indiscutivelmente, a ideia de um fluxo de audiovisual, o desenrolar contínuo de imagens em conexão, foi um dos traços característicos da televisão convencional e segmentada. O curso contínuo de conteúdo surgia ao público como um dado, sem qualquer possibilidade de escolha ou intervenção. A opção, a única disponível, residia na escolha entre fluxos distintos de diferentes emissoras. A quebra desta exclusividade surge como traço do *streaming*, sem, contudo, pressupor que, nesta forma, venha-se a eliminar o fluxo. Entre as diversas contrações do passado presentes em cada evento, a dimensão do fluxo adquire especial importância, vivo como se mostra desde as experiências com *broadcast* que prescindiam da imagem, como o próprio rádio. A forma do *streaming* não implica a dissolução do fluxo, exatamente o contrário: rejuvenesce-o, como os demais pontos que se encontram conectados. Assim, a relação entre fluxo e acervo surge como um pêndulo, tendendo de uma direção a outra. Se as primeiras experiências com *streaming* se distanciaram do fluxo, a consolidação da atividade se pauta pela tentativa de retomá-lo, inserindo-o no âmbito da chave específica a esta regularidade; outro giro sobre uma posição amplamente conhecida, mas experimentada em circunstância distinta.

Como parte de um movimento intermediário, a autenticação multicanal ofereceu a oportunidade de experimentar os acervos como parte deste processo mais amplo de reconstituição do audiovisual. Indica a primeira apropriação desta dimensão dos acervos como parte de um universo significativamente amplo de conteúdo que trafega das operações de televisão segmentada para a internet. Os desdobramentos então perceptíveis surgem como consequência não intencional desta ação. No que se refere ao tema do fluxo-acervo, a constituição da autenticação multicanal indicava a tentativa de participar de transformações com as quais operadores segmentados não haviam inicialmente se envolvido. A expectativa das operadoras de televisão segmentada implicava transformar os acervos somente em uma

extensão do multicanal, encarando-os como um anexo do fluxo, com importância apenas complementar. Como resultado, não se previa esta convivência tensa entre ambos, e sim exatamente o contrário.

Em nenhuma das dimensões constitutivas do diagrama em operação percebe-se uma influência tão intensa do *software*, como dimensão técnica, quanto nesta regularidade formada pela coordenação dos acervos. A presença das tecnologias de informação introduz na imagem em movimento uma dimensão essencial da programação: a possibilidade de constituir arquivos. Na aparência, se trataria apenas de eliminar a linearidade na apropriação da imagem em movimento; para além, consiste na expectativa de produzir gigantescas coleções de imagens, sempre aptas a se expandir. Estes arquivos impõem a coleta sistemática de conteúdo, seu armazenamento e disponibilização, enquanto ao mesmo tempo pressupõem a sistemática obsolescência deste material e a necessidade posterior de elaborar mais audiovisual a fim de alimentar estes mesmos acervos. O novo se torna velho como forma de ceder espaço rapidamente a algo que o sucede.

Aqui, o manuseio, operação e recuperação deste audiovisual vão depender de sua natureza como informação, da transição deste registro à qualidade programável das mídias digitais. O cenário implica a transposição da imagem em movimento em um registro com que seja possível lidar do mesmo modo como se opera com qualquer outra peça composta por dados. Nesta dimensão, a possibilidade de se constituir como informação codificada segundo a habilidade de manipulação típica do digital torna-se um traço essencial. A operação dos acervos se torna um tema especificamente palpável entre todos os tópicos que constituem o *streaming*. Implica a inserção de temas até então inexistentes. Agora, audiovisual vai demandar interfaces, em espaços navegáveis que se constituem a partir das capacidades de simulação contidas nos metameios. O acervo é eminentemente digital.

4.3 Agregação-desagregação

De forma decisiva, as transformações introduzidas por experiências específicas de desagregação dependem de aplicativos. Sua introdução implica a renovação daquilo que a indústria

cultural havia organizado na forma de emissoras e na sua associação em pacotes multicanal. Lida-se com a dissociação do vínculo entre os pontos anteriormente responsáveis por constituir a conexão típica da televisão segmentada, em direção a outra forma. Desagregação implica romper o elo entre criadores e distribuidores, anteriormente pressentido como indissolúvel. Após 2015, a afirmação de operadores virtuais de audiovisual (Sling TV, Vue) institucionaliza duas dimensões anexas: por um lado, a agregação a partir destes novos serviços de distribuição, com “pacotes magros” e uma atenção à autonomia de associação de criadores isolados; por outro, a desagregação radical proporcionada por este formato de aplicativos (HBO, Showtime, Starz). A dimensão adquirida pelo *software*, inserindo estes aplicativos como substitutos para emissoras convencionais, e agregando dimensões importantes nesta nova organização para as regularidades em questão.

A reagregação de distribuidores implica a dissolução da solda instituída desde a afirmação do multicanal. Anexar estas emissoras via desagregação lida com a construção de outras formas de associação, como meios diversos para ordenar a produção do excesso. A quebra de obrigatoriedade de reunir estes diversos produtores segundo aquele parâmetro, dentro daquela formação típica do multicanal, expande novos arranjos, permitindo a organização desta fração da indústria cultural segundo uma tendência particular de diversificação. Dissociar o atrelamento tão caro à televisão a cabo permite a criação de novas possibilidades para circulação. Rever esta dimensão unitária implica introduzir esta outra possibilidade contida nos aplicativos, deixando aberta a possibilidade do futuro reservar ainda outras mais. Em questão, surge a chance do audiovisual adensar sua identidade com uma torrente, apto a expandir sua presença em circunstâncias diversas e com limites difíceis de definir.

A expectativa de desagregação se apropria de traços introduzidos a partir da formulação, no início da década de 2000, dos serviços por demanda de canais Premium. A importância de HBO e Showtime neste processo depende da relevância que a qualidade do conteúdo produzido lhes concede. A experiência por demanda se afirma antes do *streaming* ganhar corpo e, por isso, dependerá ainda de operadores de cabo. Única técnica dis-

ponível naquele cenário que antecede a distribuição através da internet, alterna-se com o cabo a apropriação deste conteúdo Premium em aplicativos dissociados do multicanal. A introdução dos serviços por demanda garantiu a primeira experiência com a desagregação de audiovisual, possibilidade retomada, a partir de 2015, durante a radicalização da desagregação.

Percebe-se a especificidade do *streaming* somente ao contrapô-lo às operações segmentadas. A despeito de se constituir a partir de formatos como a atenção à administração do audiovisual, retomando o *broadcast* naquilo que possui de mais convencional, a televisão segmentada introduz uma particularidade específica, essencial. O multicanal permitiu que a segmentação de conteúdo e a constituição de serviços globais superassem a quantidade de material até então disponível; mas, para isso, instituiu o gerenciamento na associação entre as emissoras de forma a conservar a sua intensa agregação. Este traço se torna a sua marca: pacotes com extensa quantidade de material associado. Para o *streaming*, dissolver esta conexão, constituindo outras, torna-se problema da ordem do dia, com algumas tentativas de anulá-la, mas com a expectativa recorrente de revisá-la, configurando aqueles pacotes em outros, menores.

O resultado mais contundente da expansão do *streaming* se torna a criação de plataformas específicas, algumas sob a responsabilidade de distribuidores individuais de audiovisual, como ocorre inicialmente com os canais Premium, mas se expande para muito além deles. A desagregação implica uma pluralidade de canais de conteúdo. Elaborar-se uma plataforma voltada a garantir o acesso apenas ao material de determinada produtora; outra, que permite o acesso somente ao de uma segunda, e assim sucessivamente. Decerto, há os serviços genéricos (como Netflix, Hulu, Amazon Video), em formatos repetidos tanto pelos velhos agregadores de audiovisual, conforme aderem ao *streaming*, quanto pelos novos serviços de operadoras virtuais. Todavia, formas de distribuição organizadas de modo disperso apontam para um rumo distinto do da televisão como a conhecíamos. Esfacela-se a difusão de audiovisual segundo a lógica que construíra, como o elemento essencial para a constituição da televisão segmentada, a difusão de diversos canais vendidos em conjunto.

A desagregação segue à significativa transposição de audiovisual para a internet que procede como desdobramento da adesão à autenticação multicanal. Ambas se associam: a construção destes serviços descolados dos pacotes caros à televisão segmentada decorre da força introduzida a partir do *streaming*. Decerto, formatos posteriores, como os pacotes magros, introduzidos pelas operações que concentram a propriedade das infraestruturas para televisão segmentada, retomam a necessidade de tomar parte em transformações recentes, na expectativa de aderir ao *streaming*, evitando que se dissolva a lógica de acumulação proporcionada a este segmento da indústria cultural. Indicam não uma postura inflexível em relação a este outro formato, mas a tentativa de dele se apropriar. Contudo, ligada como se mostra às contingências geradas a partir da autenticação multicanal, esta dissociação de emissoras envolve uma consequência não intencional, não prevista durante estas negociações iniciais entre difusores e produtores.

Na superfície das trocas, as possibilidades para desagregação dependem da associação entre empreendimentos de telecomunicações e atividades de audiovisual. A forma de propriedade entre ambos indica a direção pela qual ambos se associam. Sem esta conexão, este resultado posterior não se mostraria simples de obter. Para que as operações de telecomunicações-audiovisual viessem a obter a dimensão de sua primazia, a construção destas operações de *streaming* teria de recorrer a superposições de operações, adquiridas e remodeladas, tomando parte em um processo tortuoso e lento. O resultado se torna a associação entre empreendimentos de telecomunicações aptos a controlar serviços de internet e difusão de audiovisual. Ultrapassar a atenção prévia oferecida unicamente à telefonia e ir em direção à internet e ao audiovisual depende destas aquisições. A dissolução da forma prévia para um meio e a constituição de outra implica este longo caminho por entre vários acordos.

No Brasil, assim como no restante da América Latina, estas aquisições adquirem dimensão especial. Em nosso país, no que se refere à concentração de atividades voltadas à internet, elimina-se a possibilidade de empreendimentos de cabo se afirmarem frente às operações de telecomunicações. Este segundo tipo de empreendimento, com atenção a Telmex e Telefónica,

torna-se o principal envolvido com esta associação, tão relevante na institucionalização do *streaming*. Na expectativa limitada de se ater à difusão de conteúdo apto a alimentar o formato do multicanal, as operações de telecomunicações haviam, aqui, se aproximado da indústria cultural através da aquisição de empreendimentos de cabo. Naquele momento, sua atenção reside somente na infraestrutura de tráfego assim apropriada, embora o resultado que terminem por constituir possa implicar em consequências mais extensas. A concentração se refere a uma dimensão na superfície de trocas. Contudo, lida-se com movimentos multivariados. Afirmar o *streaming* como uma forma dependerá ainda da associação com a superfície técnica acionada a partir da dependência de tecnologias de informação.

Uma segunda dimensão no plano das trocas se refere não a aquisições, mas à associação, em projetos particulares, entre criadores e estes distribuidores que haviam convergido internet e difusão de audiovisual. As experiências com a transposição de audiovisual ordenadas pela autenticação multicanal, envolvendo produtores de conteúdo e empresas de telecomunicações-cabo, implicavam a expectativa de manutenção da lógica da agregação típica daquela outra forma. Consideravam a difusão a partir da internet como um adendo, e não os serviços de *streaming* dissociados da televisão como o eixo central para uma forma a se afirmar, como viriam a conhecer. A oportunidade destes criadores experimentarem com a distribuição autônoma se assenta em um dado óbvio: produzir infraestruturas se mostra uma questão complexa, decerto: contudo, dificuldade ainda maior se torna obter conteúdo possível de se disponibilizar em seu interior.

Entre o formato progresso do multicanal e a dimensão de fluxo cara ao *streaming*, forças em ação com velocidades distintas, observa-se a prevalência desta segunda. Contudo, a dissociação introduzida vem a ser apropriada por operações de telecomunicações a partir da sua habilidade pregressa em concentrar atividades de audiovisual e de internet. Estratégia para manter uma forma previamente existente, a autenticação multicanal prossegue em ritmo lento, e termina ultrapassada pelos serviços desagregados. As experiências de Amazon; de Dish, com Sling TV; de Sony, com Vue; de Verizon, com go90, e

de Comcast, com Watchable e Stream, serviços diversificados que envolvem assinaturas e financiamento por publicidade, todos estes casos decorrem da adesão à internet como a técnica a partir da qual a desagregação opera. Enfim, estas operações de internet se constituem como uma extensão de empreendimentos de telecomunicações.

A desagregação envolve a possibilidade de, no centro, operações tanto de telecomunicações quanto de infraestruturas para difusão via cabo-satélite e, na periferia, tão somente de telecomunicações afirmarem-se como uma instância de essencial importância. Um serviço como Sling TV ou Stream indica a expectativa de dois operadores multicanal, Dish e Comcast, fixarem-se em atividades de *streaming*. Implica a tentativa de difundir o mesmo conteúdo previamente disponível, flexibilizando exatamente suas condições de difusão. Decerto, desconstruir esta agregação lida com uma dimensão importante do processo de acumulação destes empreendimentos de difusão, indicando a relevância da transição. Novamente, questões das trocas terminam por influir em uma lógica que as ultrapassa. Notável se torna o envolvimento exatamente destes empreendimentos com participação ativa no multicanal, apontando para a força com que buscam impor outra associação nas curvas entre pontos que vão marcar o *streaming*.

5 Normas, técnicas, trocas

5.1 Técnica

A delimitação da emergência deste audiovisual paupado por *streaming* lida com *software*, especificamente no que se refere a um traço essencial de sua operação: a capacidade de romper fronteiras entre os meios, ordenando todas as suas possibilidades expressivas partir de uma única instância, a programação. Durante o século XX, as mídias haviam atendido a especializações: exemplo especialmente dramático foi a dependência, para o cinema, da fotografia; para a televisão, dos pulsos elétricos. Recursos como a televisão de alta definição ou o cinema digital lidam ambos com conteúdo, qualquer que seja, através de

uma mesma infraestrutura. A reorganização no audiovisual em direção ao *streaming* depende de *software*, instrumento essencial ao processo de digitalização.

Uma especificidade do *software* reside em seu caráter dúbio (CHUN, 2011). Este instrumento de programação possui uma dimensão concreta, por operar como uma linguagem capaz de realizar tarefas. Porém, dada a sua natureza como informação, suas operações dependem recorrentemente de sua dimensão imaterial. O caráter concreto e evanescente transforma-se na contradição necessária de apreender. A natureza do *software* como código – um dado tão objetivo quanto inapreensível – define a natureza do digital: a possibilidade de, a partir de um processamento matemático, emular atividades as mais diversas.

Esta proposição permite inferir outras. Curiosamente, a imagem sobre as tecnologias de informação se inspira nas atribuições do próprio homem (BOLTER, 1984). O *software* congrega a capacidade de lidar com informações a partir de metáforas humanas. A partir daí, processa instruções sobre tarefas possíveis de se realizar. Como consequência, desdobra ações concretas, capazes de produzir efeitos. Estes atos se mostram como elementos possíveis de se programar. Entre as tarefas computáveis, encontra-se o armazenamento de dados, como um tipo de memória: em específico, uma memória em constante expansão. Novamente, contradições. Criar era uma possibilidade humana; entretanto, criar por programação surge no limite do desumano; lembrar era coisa do homem; mas nossa memória procede por esquecimento, e não somente por assimilação.

O *software* se encontra na fronteira entre o humanismo e sua dissolução. Capacidades até então exclusivas ao homem – em particular, a possibilidade de lembrar – reorganizam-se, assemelhando-se a código. A memória programável – humana, pois remonta à imagem de um atributo caro a esta criatura; desumana, por esgotar seu potencial ao confiscá-la para o *software* – procede na programação por um movimento inexorável de acumulação de novas funcionalidades, apropriando-se de habilidades e reproduzindo-as através do *software*. Como marca, a programação indica a possibilidade de se estender em direção, no futuro, a tarefas ainda não emuladas no presente (MANOVICH, 2013).

Em anexo a esta dualidade entre o material e o imaterial, inscreve-se a lógica na qual o *software* se associa à dimensão mais relevante do diagrama contemporaneamente em operação: o controle. Traço específico decorrente da técnica de programação se torna a afirmação da lógica do protocolo e, com ela, da dimensão do controle. Em atividade há décadas nos mecanismos que se associaram a tecnologias de informação e comunicação, estes traços vão impor consequências também para o audiovisual. Tecnologias baseadas em programação implicam duas ideias importantes: a lógica de livre fluxo e a institucionalização da transparência, marcas definidas como os traços do protocolo (GALLOWAY, 2004).

No sentido original, relevante apenas a engenheiros de comunicação, define-se um protocolo como as especificações voltadas a regular a transmissão de dados. Como conceito teórico, protocolo se encontra presente em atividades de telecomunicações e em mecanismos da computação. Em sentido amplo, a internet opera a partir de muitos equipamentos distintos: em um extremo, computadores de porte gigantesco; em outro, máquinas domésticas de pequena dimensão (NORBERG; O'NEILL, 1996). Sua conexão depende de referências comuns adotadas por todos, permitindo a sua inter-relação. Sem a adoção de regras conjuntas de funcionamento se tornaria impossível alcançar um resultado satisfatório.

Para obter os desdobramentos esperados, a interoperabilidade entre mecanismos diversos mostra-se impossível sem padronização. Definir padrões obriga a atentar à governança e ao controle. Para as tecnologias de informação, esta administração se realiza a partir do protocolo e das normas de interoperação que apresenta. Estas especificações – como uma jurisprudência, não como uma lei – permitem, pela adesão de diferentes envolvidos, a possibilidade de atuação conjunta por governança, não por governo centralizado. O protocolo toma parte nas formas contemporâneas para o exercício de poder em uma realidade dependente de tecnologias de informação.

Ultrapassando o formato disciplinar obtido segundo a operação de outro diagrama determinado, a dimensão contemporânea do poder define-se pela ideia de controle (DELEUZE, 1990). Contraposto à disciplina, controle implica administração

sem confinamento, eliminando-o, organizando um fluxo ininterrupto que dispensa instituições fechadas. Para a disciplina, importante havia sido o fechamento de um dado sistema; para o controle, relevante se torna a sua abertura. Confinamento consiste em um molde, dimensão analógica produzindo resultados determinados. Controle se refere à modulação, elaborando variabilidade através de um formato ajustável às suas próprias modificações. Molde se associou à dualidade entre individualização e massificação. Modulação produz controle a partir de agenciamentos coletivos pautados por máquinas de computação operando a partir da administração proporcionada por protocolos.

Se a modulação se refere à possibilidade de passagem entre dimensões distintas, o resultado obtido implica a garantia de circulação não problemática. Torna-se possível evitar a incompatibilidade entre estes mecanismos, assim como preservar o fluxo das imagens que entre eles trafegam, através da garantia de operação conectada destes recursos diversos. Para o audiovisual, o fluxo contínuo em espaços livres de confinamento deve ocorrer de forma transparente. Para o conteúdo que circula a partir de tecnologias de informação, mesmo a operação mais simples implica coordenar recursos muito distintos. Envolve a expectativa de aliar equipamentos como televisores conectados, *tablets*, *smartphones*, sincronizando o acesso a conteúdo em circunstâncias variadas. Garante-se esta possibilidade a partir de recursos de *software* adequados, hábeis em transpor o audiovisual, sem rupturas, de um suporte para outro.

O protocolo prima por sua transparência. Na associação entre diversos *hardwares* e *softwares*, com porte, relevância e função distintos, os códigos de programação devem necessariamente ocultar seus vestígios, não os deixando nunca aparentes; os links não podem em tempo algum conduzir a becos sem saída, a páginas mortas ou a mensagens de erros; os servidores não devem se encontrar fora do ar ou impossibilitados de garantir acesso. Importante para esta experiência se torna a garantia de pontos de conexão sempre invisíveis entre mecanismos dissociados. A proliferação de mídias distintas vem acompanhada do trabalho de apagar sua presença, fazendo crer no automatismo da passagem entre seus vários registros. Desde as primeiras discussões sobre a web, deu-se intensa atenção aos links e a co-

nexão por eles proporcionada (JOHNSON, 2001). No que importa ao conceito de protocolo, os links, para além da possibilidade de navegação, operam pela garantia de continuidade. A partir da passagem entre pontos distintos, constituem um espetáculo que não se encerra, um movimento importante de se proteger de qualquer interrupção.

Uma vez que envolve a necessidade de livre fluxo para a circulação de recursos diversos, o protocolo demanda compatibilidade. Implica construir cadeias de objetos operando uns em relação aos outros. Esta coexistência de mecanismos envolve a definição de padrões, garantindo a autonomia de tráfego e circulação. O fluxo opera em termos de um tipo particular de modulação. Assegura a sistemática passagem por registros, movendo-se nestas estruturas em conexão. No histórico da computação, a compatibilidade entre técnicas de *hardware* e *software* tem se mostrado presente em diversos momentos distintos. Sua associação se inscreve entre características fundamentais das TICs, expandindo-se às diversas atividades a que se referem. Protocolo, transparência e modulação, devido ao atrelamento da imagem ao *software*, inscrevem-se no desenvolvimento destas atividades contemporâneas de audiovisual.

5.2 Trocas

Na organização do audiovisual a partir desta forma do *streaming*, identifica-se não somente a coordenação entre estúdios, produtoras de maior ou menor porte, redes de difusão, como havia sido característico tanto ao *broadcast* quanto ao multicanal. Especialmente, presenciam-se empreendimentos de infraestrutura – as operações de telecomunicações e cabo que se apropriam de empreendimentos de internet – e a relação que estabelecem com estes criadores, elaborando alianças estratégicas e empresas em rede. A adesão de corporações de tecnologias de informação, a partir da difusão de aplicativos e da associação com equipamentos conectados, expande o caráter multifacetado do processo. Constroem tanto projetos de negócios particulares, considerando tarefas delimitadas, quanto redes ordenadas por decisões de aquisição. As atividades de audiovisual se tornam operações nas quais se entrelaçam atividades bastante diversas.

Este formato implica redes informacionais, descrição empírica que visa a apreender a organização social contemporânea, com atenção à renovação das forças produtivas, entre outros tópicos. A regulação para trocas que proporciona depende da abertura à transformação. A reformulação das corporações toma parte em mudanças no modo de desenvolvimento e de produção. Conjuntos de nós conectados por meio dos recursos centrados no uso das tecnologias de informação, redes informacionais participam da geração de organizações e instituições adequadas a um funcionamento flexível e reprogramável. Uma característica destas redes está na produção de instrumentos que, ao reorganizar estruturas produtivas, criam uma economia em tempo real (CASTELLS, 1996).

Estes empreendimentos se organizam a partir de projetos de negócios, unidade operacional cuja característica reside em conectar/desconectar aliados temporários. Empresas em redes lidam com os enclaves de uma organização industrial já madura, administrando o fim do ciclo de crescimento do pós-guerra. Redes se mostram hábeis em conectar atividades dispersas em vastas regiões, estruturando relações de troca em tempo real. Adotadas em determinados setores intensivos em conhecimento, difundem-se progressivamente para atividades diversas, entre elas, a indústria cultural. Têm como marca associações internacionais de participação acionária em determinados projetos de negócios, modelo mais complexo que o de atuação em diferentes bases nacionais.

Traços do modelo se tornam a produção flexível; a crise da grande corporação verticalmente integrada; a flexibilização na divisão do trabalho; as subcontratações entre firmas; as alianças estratégicas e corporativas. O primeiro tópico possui importância central: em decorrência da complexificação social contemporânea, surgem novos tipos de corporações, nas quais prevalece a crescente relevância da produção diversificada, em contraposição aos produtos de massa obtidos pelos ganhos de escala presentes na manufatura em série, confeccionados por trabalho padronizado e controlados por empreendimentos de grande porte.

O segundo indica a demanda crescente por maleabilidade na estrutura organizacional de instituições produtivas.

Estes elos se tornam relevantes tanto a grandes corporações quanto a pequenas e médias. O declínio da integração vertical implica não a redução do tamanho dos empreendimentos, mas o imperativo de grandes e pequenas firmas se adequarem a redes. No modo de dominação assim constituído, a corporação de grande porte pode manter sua relevância exatamente por se ajustar à lógica de redes. O terceiro versa sobre a reformulação de padrões fordistas de trabalho; porém, neste texto, a distribuição de tarefas no interior das firmas não se mostra o foco. A subcontratação entre corporações parece igualmente secundária. Relevantes se tornam as alianças estratégicas, organizando operações globais para audiovisual, estabelecidas em torno de determinados projetos, reunindo corporações de diferentes partes do mundo pela necessidade de atuação relacionada. O fenômeno decorre da capacidade da grande empresa em criar laços entre firmas diversas.

Dimensões introduzidas por redes informacionais implicam uma apreensão distinta na experiência com as categorias de tempo e espaço. Redes implicam a ideia de espaço de fluxos e tempo atemporal. O primeiro tópico se refere à dobra do espaço em termos de produção de relacionamentos que se dissociam dos limites geográficos. Exemplo relevante se torna a constituição destes aglomerados produtivos que, em decorrência de redes informacionais, operam para além de barreiras físicas. O segundo consiste na compreensão, desencadeada pela conexão introduzida por mercados financeiros, desdobrando-se de múltiplas formas, e que se refere à ausência de intervalo entre instantes do tempo. Por lidar com riscos e incertezas, a necessidade de antecipação sistemática do porvir implica a inclusão de passado, presente e futuro como uma mesma categoria de tempo, em um formato distinto da divisão linear característica à disciplina.

5.3 Normas

Para a indústria cultural, a administração em termos de normas implica duas dimensões. A primeira consiste na atribuição concentrada pelo Estado para a distribuição de autorizações e concessões a fim de permitir que se operem serviços de audio-

visual. Este traço tem se mostrado recorrente nas mais diversas instâncias, desde o *broadcast* ao multicanal, com a expectativa de ingerência no que se refere igualmente ao *streaming*. A segunda reside nas discussões legais presentes durante os processos de aquisição, que adquire central dimensão a partir da difusão contemporânea de empreendimentos em rede. A repetida troca de mãos destas operações demanda a deliberação de instâncias jurídicas sobre a adequação de cada compra às normas em vigor. Estas transações convivem sistematicamente com o risco da ilegalidade, em enfrentamentos que terminam por se tornar políticos. As decisões sobre controle de propriedade se tornam, elas também, foco da autoridade do Estado. Em ambas as instâncias, a operação do audiovisual se mostra uma atribuição da administração burocrática sobre temas jurídicos. Em determinados momentos, o caráter global destas operações econômicas, desdobramento da especificidade de sua relação com o espaço, implica decisões sobre questões que associam burocracias não apenas de um, mas de vários países. A dimensão das normas implica as idiosincrasias de uma atividade global.

Os procedimentos tratados como normas consistem em princípios deliberados segundo a atribuição de agências governamentais específicas, voltadas a administrar o tema das telecomunicações, da comunicação de massa e outras atribuições, segundo a definição construída por cada Estado. Implicam especializações de trabalho, operando segundo a probabilidade de conduzir determinado conjunto de decisões de forma a obter, como resultado, unidades molares, indiscutíveis em termos de orientações excludentes. Como resultado, depara-se com mecanismos específicos, a partir dos quais se delibera segundo prerrogativas calculáveis, apresentadas a partir de decisões formalizadas. A dualidade usual entre todas as formas de organização burocrática para o exercício de racionalidade legal se encontra necessariamente presente: somente através da referência à abstração de decisões legais se podem conduzir as idiosincrasias de escolhas pessoais daqueles dotados da capacidade de administrar normas.

As agências de Estado operam como o centro desta habilidade decisória. A atuação da indústria cultural depende do confisco decisório caro ao Estado moderno, que esvazia a possi-

bilidade de qualquer outra instância que não este mesmo Estado indicar resoluções. Movimentos sociais, grupos de interesse ou associações deliberativas se pronunciam em momentos os mais diversos, mas apenas estas agências de Estado concentrarão a efetiva habilidade de julgar. Sua operação depende de técnicas legais particulares, segmentadas a cada escopo de decisão. Também desta perspectiva, percebe-se de que modo qualquer arbitrariedade demanda um ambiente jurídico formal para o seu exercício.

No centro, a decisão sobre o relacionamento entre distribuidores e criadores durante a institucionalização do multicanal depende de normas, como se percebe nas atribuições introduzidas pelo Cable Act de 1984. Igualmente, a associação entre telecomunicações e indústria cultural seria chancelada por outra dimensão na superfície das normas, o Telecommunications Act de 1996. Nas semiperiferias, tomando o caso do Brasil, a associação entre estas atividades de telecomunicações e audiovisual atravessa diversas discussões legais, pautadas pela Lei do Cabo de 1995, pela Lei Geral de Telecomunicações de 1997, com uma solução provisória a partir da Lei do SeAC de 2011. A radicalização do *streaming*, ao longo de 2015 e 2016, mostra-se como um evento que opera muito menos na dimensão das normas. Lida-se ainda com uma atividade em relação à qual o Estado não atribuiu a si próprio a capacidade de concentrar poder de decisão na letra da lei. Este momento que antecede a possibilidade de enquadrar novos serviços de audiovisual como atividades reguladas em termos que se aproximam ou distanciam das regras adotadas para o multicanal surge como um instante de calma.

6 Conclusão

Qual a razão de toda esta engenharia de outros termos – conteúdo, agregação, exposição, entre outros? Trata-se de uma forma de redizer o velho reaproveitando nomes, trocando as suas posições anteriores como um prestidigitador? Certamente, não. Consiste em permitir identificar outros personagens, outros temas, imperceptíveis na compreensão que enxerga a televisão como vítima de efeitos mecanicamente produzidos; em perceber que a constituição do audiovisual ocorre não como

desdobramento de alguma determinação política ou econômica, mas que implica relações constituídas pelo exercício de outras dinâmicas.

Esta abordagem espera tratar o audiovisual não como um aparelho ideológico que retoma o exercício do poder a partir de qualquer dimensão política; não como uma instância que se refere a dualidades estruturais entre níveis contrapostos, um determinando o outro; não como um instrumento de instância dominante, necessariamente estranha a todos os dominados. Indica a consequência de uma organização na qual se põem em jogo elementos que se distinguem da centralidade imaginada através da continuidade entre uma instância e o espaço no qual atua; que consideram a relações descontínuas entre as dimensões que compõem a realidade; que lidam com as relações de força como técnicas que podem ser utilizadas por grupos aptos a controlá-las e delas dispor.

Referências

- AULETTA, K. **Googled: The End of the World as We Know It**. New York: Penguin, 2010.
- BOLTER, J. D. **Turing's Man: Western Culture in the Computer Age**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
- CASTELLS, M. **The Rise of the Network Society**. 2. ed. Malden: Wiley-Blackwell, 1996.
- CHUN, W. **Programmed Visions**. Cambridge: The MIT Press, 2011.
- CURTIN, M.; SHATTUC, J. **The American Television Industry**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009.
- DE MARCHI, L. A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira (1999-2009). Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.
- DELEUZE, G. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- DELEUZE, G. **Conversações**. São Paulo: Ed. 34, 1990.
- DREYFUS, H.; RABINOW, P. **Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics**. Chicago: University of Chicago Press, 1983.

- FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1969.
- GALLOWAY, A. **Protocol: How Control Exists after Decentralization**. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2004.
- GOMERY, D. **A History of Broadcasting in the United States**. Malden, MA: Blackwell, 2008.
- GUTTING, G. **Michel Foucault's Archaeology of Scientific Reason**. New York: Cambridge University Press, 1989.
- HOLLAND, E. **Deleuze and Guattari's Anti-Oedipus: Introduction to Schizoanalysis**. New York: Routledge, 2002.
- HOLLAND, E. **Deleuze and Guattari's "A Thousand Plateaus": A Reader's Guide**. New York: Bloomsbury Academic, 2013.
- HOLT, J. **Empires of Entertainment: Media Industries and the Politics of Deregulation, 1980-1996**. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2011.
- JOHNSON, S. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.
- KITTLER, F. **Optical Media**. Cambridge: Polity, 1999.
- LOTZ, A. **The Television Will Be Revolutionized**. New York: NYU Press, 2007.
- MANOVICH, L. **The Language of New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.
- MANOVICH, L. **Software Takes Command**. New York: Bloomsbury Academic, 2013.
- MARTIN, B. **Difficult Men: Behind the Scenes of a Creative Revolution**. New York: Penguin, 2014.
- MCLUHAN, M. **A galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico**. São Paulo: Nacional, 1977.
- MOSCO, V. **The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace**. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 2005.
- NORBERG, A.; O'NEILL, J. **Transforming Computer Technology: Information Processing for the Pentagon, 1962-1986**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1996.

- PACE, D. **Claude Lévi-Strauss**: O guardião das cinzas. São Paulo: Bertrand Brasil, 1992.
- PARIKKA, J. **What is Media Archaeology?** Cambridge: Polity, 2012.
- PARSONS, P. **Blue Skies**: A History of Cable Television. Philadelphia: Temple University Press, 2008.
- SHERIDAN, A. **Michel Foucault**: The Will to Truth. London: Tavistock, 1980.
- SMART, B. **Michel Foucault**. Nova York: Routledge, 1985.
- VOGELSTEIN, F. **Dogfight**: How Apple and Google Went to War and Started a Revolution. New York: Sarah Crichton Books, 2013.
- WILLIAMS, R. **Television**: Technology and Cultural Form. London: Routledge, 1974.
- WOLFF, M. **Television Is the New Television**: The Unexpected Triumph of Old Media in the Digital Age. New York: Portfolio, 2015.
- ZIELINSKI, S. **Audiovisions**: Cinema and Television as Entr'actes in History. Amsterdam: Amsterdam University Press, 1994.

SEGUNDA PARTE
LEITURAS E PESQUISAS
EMPÍRICAS NA INTERFACE

As TICs, os processos comunicacionais e o novo realizador audiovisual da internet

ICT, communication processes and the new audiovisual internet producer

Michael Abrantes Kerr¹

RESUMO: O presente texto procura refletir acerca da relação entre as tecnologias da informação e da comunicação (TICs), a internet como banco de dados e a valorização do indivíduo no processo comunicacional. Para isso a base da escrita é desenvolvida exclusivamente sobre os conteúdos do seminário do professor Bernard Miège realizado no primeiro semestre de 2012 na Unisinos (que trata dos fundamentos sociais das TICs). É a partir deles que será observada a utilização de imagens de arquivo na realização de novos conteúdos audiovisuais.

PALAVRAS-CHAVE: Midiaticização. Técnica. TICs. Audiovisual. Internet.

ABSTRACT: This text reflects on the relationship between information and communication technologies (ICTs), the Internet as a database and the appreciation of the individual in the com-

1 Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Professor Assistente dos cursos de Cinema e Audiovisual e Cinema de Animação da Universidade Federal de Pelotas. E-mail: michaelkerr2701@gmail.com. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3111614571120324>.

munication process. For this the basis of writing is developed exclusively from the contents of the seminar held by Bernard Miège in the first half of 2012 at Unisinos (which deals with the social foundations of ICTs). It is based on them that the use of archival footage in the realization of new audiovisual content will be observed.

KEYWORDS: Media coverage. Technique. ICT. Audiovisual. Internet.

1 A técnica e a mutação no processo comunicacional e nas práticas sociais

Numa primeira aproximação, Miège destaca um termo para tratar da ordem técnica e sua relação com o processo comunicacional: a poluição. No sentido em que o termo é tratado pelo autor, poluir pela ideologia técnica é observar que toda comunicação pode possuir pontos de vista que relevam a técnica. Assim, não interessa apenas a mensagem na comunicação, porque na perspectiva de Miège a informação, historicamente, sempre teve uma ligação direta com as técnicas. Portanto, há uma aproximação muito forte entre comunicação e técnica.

Relacionando essa abordagem a McLuhan (1974), podemos afirmar, ainda mais, que a comunicação sempre esteve ligada às estratégias. Isso é visto na evolução da televisão, por exemplo, com a criação da TV generalista como técnica nova. Após, surgiram o vídeo, a informática, as tecnologias digitais.

Vê-se, então, a comunicação de ordem midiática incluindo uma ordem tecnológica muito forte. É esta ordem uma das responsáveis pelo desenvolvimento das técnicas de informação e comunicação (doravante chamadas de TICs), as quais chegaram a diversos lugares do mundo. As TICs estão presentes na maioria das sociedades e chegam a criar sistemas entre elas a partir de diferentes tecnologias.

Um segundo termo utilizado por Miège é mutação. O autor chama a atenção para mudanças nas práticas sociais, como, por exemplo, na recepção da televisão. Para ele, parece ser mais pertinente utilizar o termo mutação para designar essas mudanças nas práticas. São mutações efetivas que ocorrem

com as TICs. Por isso, não se justifica usar a palavra inovação.

A concepção de inovação tem origem no pensamento de Schumpeter (1982) e trata de produtos, interessando muito mais à economia do que à comunicação. Portanto, parece-me que mutação talvez seja um bom termo para refletirmos sobre as TICs.

A microinformática começou a ter grande presença na vida das pessoas no meio dos anos 1990 com a abertura da internet ao público. A partir deste momento, começou a se impor o discurso da promoção da técnica, a qual tomou a forma de um imaginário sedutor. Houve uma promoção social dos objetos que estavam à venda (como computadores, celulares, etc.), apoiados pelos imaginários sociais.

A noção de mutação pode ser bem percebida nas relações das pessoas desde que as TICs passaram a fazer parte do cotidiano.

Percebe-se, assim, que todo processo comunicacional sofre mutações ao longo do tempo e que muito do que é comunicado sofre influência da técnica utilizada. Mesmo sem que as pessoas percebam, o meio age sobre aquilo que veicula. Esse é o caso das TICs, as quais têm um discurso sedutor, fazendo com que a maioria das pessoas não percebam nada de mau nelas. Jacques Ellul (1988) destaca isso em textos críticos sobre o blefe tecnológico ao falar de prevenção contras as técnicas. Trata-se de um tipo de discurso acerca das técnicas.

2 Os discursos sobre as técnicas

A partir dessa primeira aproximação, Miège passa a tratar de quatro diferentes discursos:

- a) O primeiro diz que as técnicas antecipam os usos que se podem fazer delas e, conseqüentemente, das práticas sociais. Isso está relacionado à antecipação dos usos. Quando usamos as ferramentas de forma pioneira, temos uma visão do que se pode fazer. Os primeiros usuários de ferramentas têm uma previsão do que pode vir com uma nova tecnologia. Entretanto, algumas delas, muitas

vezes, não se concretizam em utilizações cotidianas. O discurso fundado na antecipação das utilizações corre o risco de não concretizar tudo aquilo que foi previsto.

- b) Uma segunda abordagem trata de uma mistura tecnológica e econômica. Segundo Miège, as utilizações estão inscritas nas técnicas, e o tecnológico inspira as estratégias econômicas, assim como as discursivas. Atualmente, há uma abordagem deste tipo na construção da web 2.0. O'Reilly (2012) acrescenta que um ponto em comum da web 2.0 é a colaboração. É uma mídia colaborativa e participacionista na sua essência. Portanto, a combinação entre os aspectos econômicos e técnicos influencia diretamente as práticas sociais e seus discursos.
- c) A convergência é o resultado de um desenvolvimento que vai se impondo, é uma produção social, com atores que tentam realizar acordos com suas estratégias (atores do audiovisual, da informática, da telefonia, etc.) A convergência das disciplinas científicas, o transdisciplinar, cria novas disciplinas para que, posteriormente, sejam realizadas as suas implementações na sociedade. Exemplos disso são empresas como a Apple ou o Google, que utilizam a lógica da convergência tecnológica possibilitada pelas TICs para desenvolver softwares e aplicativos.
- d) Alguns autores pouco criticam as TICs, pois as mesmas possuem uma dimensão utópica. Levy (2002), por exemplo, com seu projeto de inteligência coletiva, é um autor que trata da ciberdemocracia, um espaço que se constitui em comunidades virtuais. Este é o novo ambiente em que está colocada a comunicação humana.

Após expor as quatro possíveis correntes que tratam de diferentes discursos acerca das TICs, Miège ainda traz à tona uma observação que deve ser considerada nos estudos sobre os processos comunicacionais: informação e comunicação preexistem ao digital. Portanto, se forem levadas em conta (combinadas com os meios atuais), podem dar a ver uma antecipação de parte do potencial que os meios digitais podem oferecer para as práticas que se desenvolvem na sociedade.

Os discursos explanados por Miège mostram elementos que possibilitam o aparecimento de novos realizadores audiovisuais, que produzem materiais e os depositam no YouTube. A minha pesquisa, que trata de refletir acerca da utilização de imagens de arquivo e de imagens-fantasma² em novos produtos audiovisuais no YouTube, reflete um pouco do pensamento acima exposto. Percebe-se, assim, uma ciberdemocracia que tem base na convergência de diversos fatores, os quais facilitam a produção por meio da utilização de um banco de dados que está disponível na própria internet.

Dessa forma, esses vídeos, de alguma maneira, podem ser chamados de colaborativos por utilizarem matéria-prima que outras pessoas disponibilizaram. Além disso, muitos são o resultado da convergência de tecnologias, desenvolvendo formas antes não imaginadas; surgem, assim, produtos audiovisuais que desestabilizam aquilo que já está dado. Neste caminho aparece a antecipação. Posso dizer que algumas experiências audiovisuais que se encontram na internet (e no YouTube) podem antecipar discursos, mesmo que muitas vezes não sejam conscientemente realizadas nesta direção.

3 Usos sociais e inovação

O que interessa a Miège são as mediações pelas técnicas (a partir do digital ou do analógico) e as mutações nas práticas sociais que ocorrem a longo prazo. Trata-se de uma escolha epistemológica. Um exemplo disso é observar o que se desenvolveu nos últimos 20 anos com a mediatização da digitalização. O pesquisador só pode constatar *a posteriori*.

No século passado, McLuhan (1974) já colocava no centro de suas propostas a relação entre tecnologias e comunicação. Na atualidade, ocorre a mesma coisa, só que em relação às TICs.

Vale a pena destacar que as TICs, que proporcionam o surgimento da produção dos audiovisuais com imagens de ar-

2 Inicialmente, para ter uma concepção de *imagem-fantasma*, desenvolvo uma relação do fantasma com as imagens de arquivo, pois nelas é possível vislumbrar diferentes tempos agindo de forma simultânea. De maneira geral, o termo foi construído a partir da observação de características espectrais que esse tipo de imagem possui.

quivo e com imagens-fantasma em grande escala via internet, são invenções sociais. Construções técnicas que influenciam diretamente nas práticas, nos usos e nos discursos criados pela sociedade.

Miège apresenta duas aproximações sobre as pesquisas acerca das TICs. São abordagens de estudos desenvolvidas na França: a *teoria da formação dos usos sociais* das TICs, cujos representantes principais são Josiane Jouët e Serge Proulx, e a perspectiva de Patrice Flichy, o qual propõe uma *teoria da inovação*, trabalhando com uma concepção etnometodológica.

A *teoria da formação dos usos sociais* propõe que os usos previstos não são necessariamente aqueles que vão se impor na sociedade. Isso pode ser constatado nos diferentes usos que as pessoas fazem de imagens que estão distribuídas na internet, por exemplo. Pessoas diferentes podem se apropriar de diferentes mensagens ofertadas por um mesmo produto audiovisual. A noção de apropriação discutida por Fausto Neto (2007) se aproxima bem desta discussão na medida em que a recepção desenvolve outras construções que são distintas da intenção original da mensagem emitida. As imagens de arquivo são um bom exemplo de que um determinado produto pode possuir diferentes usos, gerando discursos diversificados. Miège usa um caso da France Télécom para ilustrar esta teoria a partir de estudos que foram guiados pela empresa e chega a quatro conclusões:

- a) Os usuários têm um papel ativo para o desenvolvimento de novos produtos, contribuindo para a definição do futuro do produto. Há uma valorização da atividade do consumidor. Portanto, o usuário deve ser ativo. Tal perspectiva está fundada sobre a ideia de que o usuário tem uma atividade valorizada e uma competência comunicacional. Para uma utilização correta das ferramentas tecnológicas se supõe que as pessoas possuam competências comunicacionais. As TICs têm um papel importante na construção da sociedade.
- b) Outro ponto importante é em relação aos usos que são realizados por meio das TICs. Isso está relacionado às práticas sociais. São práticas de informação dos diferen-

tes usos cotidianos, até mesmo entre as pessoas de uma mesma família, por exemplo.

- c) As TICs não funcionam no lugar das mídias, nem fora delas. As TICs não se desenvolvem independentemente umas das outras. Elas procuram reforçar a sinergia e a complementaridade entre os meios. Não se pode estudar a prática da TV na telefonia móvel sem olhar a oferta da TV e da telefonia móvel. As relações entre as mídias são muito complexas. Há uma relação de complementaridade.
- d) Raramente encontramos nos estudos dos usos o fato de que temos indústrias importantes por trás das técnicas. Portanto, deve-se dar atenção à articulação da formação dos usos sociais com as estratégias dos atores dominantes das indústrias da cultura, dos meios e das comunicações. Todas as TICs que se impõem surgem de concorrências, de mercados que têm empresas diferentes. Este é um ponto esquecido pelos estudos dos usos nas abordagens da comunicação.

Outra abordagem sobre os estudos das TICs está relacionada à *teoria da inovação* de Flichy (1995). Diferentemente da maior parte dos autores que trabalham sobre os usos, ele diferencia quadro de funcionamento e quadro de uso. O autor pensa que, se dois processos funcionam em paralelo durante um certo tempo, eles vão dar origem à inovação a partir do momento em que se reúne de um lado o processo de formação do quadro de uso. O quadro de uso não é igual a tudo o que é proposto pela tecnologia; ele está relacionado ao consumidor. O quadro de funcionamento começa nos laboratórios de pesquisas tecnológicas, e depois um outro quadro de funcionamento técnico se impõe. Hoje as estratégias são muito complexas, e cada vez mais o quadro de funcionamento integra o conteúdo.

Miège propõe uma etodologia de interdimensionalidade, a qual observa as TICs por aspectos diferentes, dentre elas as atividades de recepção, apropriação e reinterpretação dos conteúdos pelos destinatários, consumidores, usuários, as atividades de recepção e as práticas culturais. Isso está diretamente

ligado às utilizações e práticas que os receptores/novos realizadores audiovisuais fazem em relação às imagens disponíveis para novas montagens que estão na internet.

Nesse sentido, os produtores de audiovisuais que emergem a partir do YouTube passam a definir, por meio das suas práticas de reutilização ou de apropriação de imagens, novas maneiras de utilização dos meios de comunicação. A relação que se estabelece entre o funcionamento e o uso é decisiva para que se caminhe rumo à inovação. Portanto, o consumidor/produzidor passa a ser parte ativa fundamental no processo comunicacional que faz surgir o imprevisível.

4 A relação entre as TICs e seus significados na sociedade

As ferramentas fazem um sistema, e a análise dos seus significados sociais é mais complexa a partir do momento em que não podemos prever tudo o que irá decorrer da sua utilização.

Miège posiciona a técnica por meio de quatro considerações:

- a) Dupla mediação: de um lado, analisa o desenvolvimento técnico pelas determinações sociais e, de outro, por meio das ferramentas determinadas tecnicamente; é uma hipótese central que se chama dupla mediação.
- b) A técnica deve centrar-se em informação – comunicação: levar em consideração a informação e acrescentar a comunicação.
- c) As TICs devem estar inscritas dentro de uma temporalidade: o avanço das ferramentas não ocorre em relação aos seus primeiros usuários. O que interessa a Miège é observar como uma nova categoria de ferramentas se organiza em uma parte da população a partir de um prazo mais longo. Percebo nesta consideração uma contribuição para o estudo que faço acerca da reutilização de imagens por produtores audiovisuais do YouTube. A observação que proponho realizar parte das práticas de

usuários de internet que realizam audiovisuais com imagens de bancos de dados disponibilizados pelo próprio meio. A proposta da pesquisa não está baseada em uma utilização por uma minoria que detém o conhecimento específico sobre montagem cinematográfica, mas nas experiências e ações realizadas por quaisquer receptores, utilizadores da internet que passam ao patamar de realizadores.

- d) O autor faz uma distinção entre inovação e mudança. Para ele, estes dois termos não podem estar no mesmo plano; não são sinônimos.

Após situar a técnica, Miège identifica sete inovações sociotécnicas com a evolução das TICs:

- a) A informacionalização – Trata-se de um processo global que se traduz pela aceleração da circulação dos fluxos da informação. É a informação sendo gerada por diversas esferas: profissionais, privadas e públicas. Há informação editada e informação não editada. Por exemplo: muitas das informações que se buscam no Google não são editadas; o editor é uma pessoa especializada; a informação da imprensa e dos livros é questionada pela edição. No caso dos audiovisuais de arquivo realizados por usuários do YouTube, há a informação gerada por uma esfera que não é a institucionalizada. Dessa forma, muitas vezes, não há a preocupação com a verificação da verdade. Parece haver uma certa “liberdade poética” para as experimentações audiovisuais da web. O processo de informacionalização amplia a oferta, num quadro sobretudo mercantil, com procedimentos normalizados de pesquisa de informação.
- b) A midiaticização da comunicação (por memória) – Trata-se de um processo que não se limita à esfera profissional; ultrapassa as fronteiras profissionais.
- c) A ampliação do domínio das mídias (por memória).
- d) A mercadização das atividades infocomunicacionais – As indústrias informacionais estão se transformando em

indústrias de conteúdos nas quais as TICs são o vetor da mercadização.

- e) A generalização das relações públicas – As organizações estão presentes no espaço público para a divulgação de informações. Na maior parte dos casos, as informações vêm de especialistas em comunicação, mesmo que muita informação disponível não seja gerada por esses profissionais.
- f) A diferenciação das práticas sociais – Há a necessidade de diferenciar usos e práticas sociais. O desenvolvimento das TICs não nega as práticas de cultura. As distinções sociais aparecem nas práticas sociais e na cultura. É importante destacar que as ferramentas novas são mais democráticas que as anteriores. O que se modifica é a importância das práticas sem que as diferenças sejam abolidas; há mais oportunidades de se ter acesso às informações; as TICs favorecem as individualizações das práticas. Outro elemento é o deslocamento das esferas de ação que eram consideradas privadas, da ordem da atividade pessoal, e se deslocam no espaço intermediário entre a esfera pública e a privada.
- g) Circulação dos fluxos e transnacionalização das atividades – efeitos de acreditar numa dimensão mundial; a complexidade dos modos operacionais em termos mundiais.

Com tudo isso, algumas perspectivas devem ser observadas. A pesquisa em TICs deve ser muito trabalhada ainda. Deve-se pensar em diversos processos sociais, como a introdução do trabalho em rede e as formas de sua produção e organização.

Um exemplo disso é alteração que ocorre na produção e distribuição da informação, a qual não é apenas privilégio da imprensa oficial, na medida em que muitas pessoas podem se utilizar dessas práticas via internet. O mesmo ocorre com a maior disseminação de produtos audiovisuais que são realizados também por usuários do YouTube.

A grande constatação que surge é: não basta apenas dar o acesso às pessoas por meio das novas tecnologias. Acesso não é sinônimo de participação efetiva na produção de conteúdos que venham a ser distribuídos e compartilhados na sociedade. Assim, parece-me que o acesso às tecnologias audiovisuais não garante a todos que suas produções passem a serem vistas por um grande número de pessoas, ou que estejam contribuindo para a formação de um novo mercado audiovisual.

O que se destaca é a relação que passa a existir entre as TICs digitais, os indivíduos e as novas maneiras de produção colaboracional que são desenvolvidas na sociedade contemporânea.

5 A midiatização, a cooperação e o individualismo

O que entendemos por midiatização pode ser chamado de diferentes formas: virtual, imaterial, colaboracional, cooperativo. Na instância da cooperação está o relacional, o interpessoal. Aqui as TICs podem fazer diferença, por meio de sua velocidade, ligando e multiplicando as relações entre os indivíduos.

A percepção acerca das TICs está em constante mudança, por serem algo ainda novo e que não pode ser estudado de forma isolada. Na atualidade, temos conhecimentos parciais sobre o que é produzido pelas novas ferramentas. A partir disso, chega-se a algumas considerações:

Primeira conclusão parcial: é necessário perceber o interesse de ligar a comunicação com a informacionalização; não se pode isolar a comunicação virtual da informacionalização. Isso quer dizer que as novas mídias não são puro vetor de transmissão.

Segunda conclusão parcial: a comunicação não resulta dos usos de ferramentas simples, mas se inscreve em dispositivos que fazem sistemas; uma pessoa não se pode interessar apenas no Instagram, ou apenas no Facebook, por exemplo. É indispensável pensar a complementaridade das ferramentas; é importante falar em categoria de dispositivos e usuários. Portanto, não podemos nos interessar em observar audiovisuais isolados na sua exibição em um determinado site. Devemos ter a consciência de que uns agem sobre os outros. Devido à facilidade

de encontrar vídeos em diferentes sites, podemos perceber que as imagens de vários deles podem ser misturadas, criando novos produtos semióticos, prontos para serem fruídos pelos indivíduos.

Uma observação que se faz é a de que os vídeos realizados pelos novos produtores do YouTube têm na internet a colaboração como um de seus vetores que potencializam a reutilização de imagens de bancos de dados.

Se há, por um lado, a potencialização da cooperação entre os indivíduos para a construção de novos produtos comunicacionais com a internet, por outro, existe a preocupação de que as pessoas fiquem isoladas pelas ferramentas. Dominique Wolton (2007) considera que as sociedades contemporâneas tendem a se tornar sociedades individualistas de massa. As TICs têm um papel importante na relação entre os indivíduos e a massa, pois oferecem liberdade, autonomia aos indivíduos, mas ao mesmo tempo tornam difícil a relação com os outros, pois cada um está frente às ferramentas, mas sem gerar o coletivo nas relações. A internet traz a era das solidões interativas.

Outros autores compartilham as mesmas perspectivas, as mesmas constatações sobre a sociedade individualista de massa, mas tiram conclusões diferentes. Manuel Castells (2009) fala em comunicação de massa individual que acompanha o avanço da era das redes e tira conclusões opostas àquelas de Wolton. Para ele, a evolução é favorável, positiva, coloca os indivíduos em situação de praticar a comunicação segundo sua conveniência, de buscar a sua própria informação, de produzir a sua própria informação frente aos meios de comunicação.

Será que avançamos frente a um caso ou outro? Miège diz que não, pois as considerações são muito amplas. O avanço deve ocorrer a partir de observações pontuais de casos específicos. É com a soma disso que poderíamos perceber uma evolução.

Na abordagem de Patrice Flichy (1995), as TICs fornecem recursos para os indivíduos desenvolverem o seu individualismo conectado. Essa é uma visão positiva que vê nas TICs um processo de construção de si mesmo, que favorece a autonomia na vida privada ou profissional. É o individualismo conectado à técnica que se inscreve em uma inversão dos projetos de organização da sociedade. Essa é uma perspectiva que Miège não

compartilha, pois para ele se trata mais da socialização do que da comunicação.

6 A técnica e a valorização dos amadores

Há na sociedade o desenvolvimento de uma midiaticização, uma comunicação gerada pelas técnicas. Assim, Miège desenvolve duas grandes perguntas no centro da atualidade.

Primeira questão: será que a internet favorece a democracia? Dominique Cardon (2010) responde que a internet é mais uma possibilidade que um risco. Ela introduz transparência e permite a divulgação de opiniões privadas. As promessas ultrapassam os limites. Cardon diz que há mais transparência com a internet e as novas mídias do que com as anteriores. O que ele fala tem a ver com a publicização de opiniões privadas. As opiniões que estavam na esfera privada hoje estão numa esfera pública.

A segunda questão de Miège é: a internet (con) sagra os amadores? Flichy diz que sim, pois permite aos indivíduos a construção de suas identidades próprias, assim como suas promoções por meio de suas competências. A internet sustenta a afirmação da subjetividade, sem colocar em questão os especialistas. Há uma democratização de geração dos conteúdos. As competências não são apenas daqueles que detêm as especialidades. Na internet, as práticas favorecem os amadores. Isso é bem percebido no desenvolvimento de vídeos realizados com a utilização de imagens de arquivo que estão disponíveis na internet e que voltam a ser utilizadas em novos produtos audiovisuais. Qualquer pessoa que tenha um programa editor de vídeos no seu computador é um potencial *videomaker*. A internet é um canal de distribuição que potencializa a realização de audiovisuais por quaisquer tipos de produtores, inclusive por amadores. Os espectadores passam a ser realizadores. Alguns deles podem estar no mesmo nível de profissionais quando seus vídeos estão divulgados na internet.

Para as indústrias da comunicação, a web 2.0 permite o desenvolvimento de conteúdos pelos usuários; há uma valorização dos consumidores. Na atualidade, muitos trabalhos

são feitos pelos usuários. No plano ideológico, temos uma figura adaptada à necessidade de mercado: o *usuário-produtor* mostra a inclusão de um novo sujeito; o usuário que produz seus próprios produtos fica consagrado. Com o desenvolvimento das TICs, temos os sujeitos que interagem livremente na rede. A web se mostra como um vasto campo de expressão social e humana. Isso tudo coloca em questão o cultural e o informacional.

O desenho das especialidades se modifica a partir das novas formas de produção pelos amadores. O próprio termo “amador” pode se referir a diferentes conceitos, dependendo de onde se observa isso. O campo da arte, por exemplo, é diferente da comunicação, etc. As mídias, hoje, têm solicitado os amadores. Os jornais solicitam aos leitores a sua opinião, seja em blog do jornal, nos comentários, no *Facebook*, etc.

No campo do audiovisual, as novas ferramentas tecnológicas também fazem ocorrer um desenvolvimento da produção amadora antes nunca vista. As lógicas das TICs acabam solicitando que os amadores ajam sobre produtos audiovisuais que estão disponíveis na internet. Há sites como o “Festival do minuto”, que trata de temas que pedem a utilização de imagens de bancos de dados que estão disponíveis na web. Tais ações sobre as imagens de arquivo, gerando novos produtos audiovisuais, são realizadas sobre bancos de dados que são repositórios para reedições e reutilizações, tanto de profissionais quanto de amadores. Arrisco dizer que esse agir é muito mais realizado por amadores, que têm agora a oportunidade de distribuição que não existia anteriormente. É aqui que há uma potencialização dos arquivos como fantasmas, ou seja, o retorno daquelas imagens que estavam mortas e voltam à vida em novas montagens.

A produção audiovisual dos “amadores” nas novas mídias passa a ser tão volumosa que começam a se desenvolver possíveis padrões de criação e codificação por meio de inúmeras repetições de estilos de vídeos. Nesse sentido, podem estar surgindo novos elementos na linguagem audiovisual a partir de produtores que, no passado, não conseguiam ter força nem unidade para criar padrões que pudessem influenciar a produção como um todo.

7 As TICs, as novas mídias e suas novas construções comunicacionais

Para Miège, há mutações profundas da esfera midiática. Com isso, o que ele primeiro questiona é: o que é uma mídia? Se lidamos com novas mídias, devemos ver o que entendemos por mídia. Ele as define como dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos (são dispositivos que articulam elementos materiais, técnicos e conteúdos), baseados sobre um conjunto de técnicas (e não apenas sobre uma técnica); com as TICs digitais o conjunto de técnicas está se diversificando. As mídias permitem receber programas de informação, de cultura, de entretenimento. A economia de funcionamento das mídias é própria delas. As mídias são organizações (jornal, rádio, TV, etc.) que não podem ser confundidas com outros tipos de empresas. Podemos dizer que as mídias instaladas têm uma base técnica.

Uma constatação: desde que as TICs digitais começaram a aparecer, as informações também passaram a ser divulgadas fora das mídias instaladas.

A informação profissional especializada também passou a utilizar, além dos meios tradicionais, os novos meios de comunicação, como as TICs, completando os meios anteriores. A imprensa utiliza alguma parte da informação documentada que é divulgada on-line, como Wikipédia, entre outros. Passa a existir uma grande oferta de informação pública disponível na web. Há um processo de informacionalização. É nesse contexto que surgem, também, os novos realizadores audiovisuais que produzem seus vídeos e os distribuem na internet, criando um banco de dados que pode ser pesquisado por qualquer indivíduo, inclusive pelos veículos oficiais de comunicação.

Quais são os critérios definidores das mídias? a) A unicidade do dispositivo sociotécnico; cada conjunto deve ser apresentado tendo uma base determinada; há um dispositivo sociotécnico único; hoje a mesma mídia desenvolve a oferta de conteúdo para uma pluralidade de dispositivos, sobretudo para os digitais; as TVs ou rádios têm uma parte da sua oferta que está na web TV, web radio, podcast, etc. Há um deslocamento da mídia. b) A periodicidade: há mutações que estão ocorrendo,

que mostram os consumidores/usuários que, em parte, impõem seus ritmos em função de suas práticas próprias; os conteúdos podem ser encontrados em sites quando não se teve acesso a eles anteriormente; as práticas das mídias instaladas estão em mutação profunda; c) A economia de funcionamento própria de cada mídia produz uma declinação complexa dos modelos socioeconômicos. Atualmente há negociações para que se tenham recursos para fazer, por exemplo, os suplementos digitais de jornais; d) A organização específica; há poucas novas organizações; há reorganizações internas dentro das mídias instaladas, com pessoal novo para trabalhar no mundo digital. Há tentativas de colocação no mercado de novas empresas, mas aquelas das mídias já instaladas normalmente dão mais certo.

As novas mídias colocam em questão a programação dos meios tradicionais. É neste nível que as mutações mais importantes estão acontecendo. Os meios anteriores tinham um ritmo que implicava uma programação específica para cada meio. A atividade das novas mídias abre mais espaço para a criatividade. A individualização está na base das críticas que se fazem às mídias de massa.

Um novo modelo de ação comunicacional se impõe sobre aqueles conhecidos anteriormente. As mídias instaladas deram espaço a criações de modelos que podemos chamar de “ativos”: 1) a imprensa de opinião; 2) a imprensa comercial de massa; 3) as mídias audiovisuais globais; 4) as relações públicas. Todos esses modelos de ação que surgiram implicaram um certo tipo de troca entre os editores/artistas e os consumidores das mídias. Além desses quatro modelos de ação existentes, podemos acrescentar um quinto hoje, no qual o relacional tem mais valor. É um modelo intermediário, mais transversal que os precedentes, com mais interação, que tende a fragmentar os espaços – o que é uma tendência da comunicação atual. As mídias anteriores trabalhavam sobre um modelo com poucos atores na construção das mensagens. Agora há o alargamento do número de atores produzindo conteúdos. É um modelo heterogêneo naquilo que se produz.

Este modelo de comunicação atual que utiliza a internet e as TICs também para a realização de novos produtos audiovisuais baseados nos “velhos”, ou seja, em imagens já rea-

lizadas e à disposição de toda e qualquer pessoa, dá a ver as potencialidades que existem para o desenvolvimento de um tipo de relação comunicacional que pode ser mais dividido, que já não fica apenas à mercê do que a indústria da comunicação oferece como acontecimento.

Além disso, a prática que se baseia na utilização de imagens de arquivo para a construção de novos significados denota que o passado e o presente podem coexistir na medida em que atualizamos aquelas imagens como fantasmas que retornam à vida. Esse movimento se dá, fundamentalmente, com a inserção de um novo tipo de realizador: o espectador/produtor que tem a oportunidade de mostrar aquilo que produz.

Nesse sentido, Miège contribui para essa discussão quando diz que o dever dos pesquisadores da comunicação e informação (assim como de qualquer pesquisador) é ver além do superficial daquilo que é dado. A reflexão deve ir em direção a um aprofundamento da relação entre TICs, mídias e espaços públicos. Isso é somente um começo para pensarmos muito mais sobre este cenário que ainda é novo, mas tende a gerar discussões profundas.

Referências

- CARDON, Dominique.** *La démocratie Internet: Promesses et limites.* Paris: Seuil, 2010. (Coll. La république des idées).
- CASTELLS, Manuel.** *Communication Power.* New York: Oxford University Press, 2009.
- ELLUL, Jacques.** *Le bluff technologique.* Paris: Hachette, 1988.
- FAUSTO NETO, Antônio.** Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. *Diálogos Possíveis*, FSBA, v. 6, p. 27-39, 2007.
- FLICHY, Patrice.** *L'innovation technique: Récents développements em sciences sociales vers une nouvelle théorie de l'innovation.* Paris: Éditions La Découverte, 1995.
- LEVY, Pierre.** *Ciberdemocracia.* Lisboa: Editions Odile Jacob, 2002.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4. ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MIÈGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação**: técnicas de informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social. São Paulo; Paulus, 2009.

O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em 12 jun. 2012.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Duas propostas para pensar a mídiação do conhecimento informal por meio da televisão

Two proposals that face mediatization of informal knowledge through television

Daniel Pedroso¹
Michelli Machado²

RESUMO: Esse capítulo busca tecer reflexões sobre as conexões entre o cenário de mediação e a tecnologia, tendo como inspiração o pensamento de Bernard Miège. Nosso objetivo foi o de tentar articular as suas formulações com a nossa pesquisa, que realizamos na perspectiva da mediação. Em específico, buscamos, nessa articulação, novos ângulos para compreendermos estratégias de geração de conhecimento informal por meio da televisão, no contexto contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: Mediação. Tecnologia, Televisão. Educação informal.

ABSTRACT: This chapter seeks to reflect on the connections between the scenario of mediatization and technology, inspired by

- 1 Jornalista, doutor em Comunicação pela Unisinos e professor de televisão nos cursos de Jornalismo e Realização Audiovisual da Unisinos. E-mail: dspedroso@gmail.com. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2783913581223327>
- 2 Jornalista, doutora em Comunicação pela Unisinos. E-mail: michelli_machado@yahoo.com.br. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5726284331333686>.

the thinking of Bernard Miège. Our objective was to try to articulate his formulations with our research, which we carry out in the perspective of mediatization. Specifically, we seek, in this articulation, new angles to understand strategies of generation of informal knowledge through television in the contemporary context.

KEYWORDS: Mediatization. Technology, Television. Informal knowledge.

1 Midiatização e o contexto midiático contemporâneo

A sociedade contemporânea está cada vez mais marcada pela aceleração, intensificação e penetração da presença da mídia nos mais variados âmbitos sociais. Esse fenômeno é estudado por vários pesquisadores de várias partes do mundo, como o dinamarquês Stig Hjarvard (2014), o inglês Nick Couldry e o alemão Andreas Hepp (2013), o argentino Eliseo Verón (1997, 2013), e os brasileiros Antonio Fausto Neto (2006, 2008), José Luiz Braga (2002, 2009, 2012)(Jairo Ferreira (2014) (e Pedro Gilberto Gomes (2006, 2010); estes últimos conduzem a linha de pesquisa de Midiatização e Processos Sociais na Universidade do Vale do Rio dos Sinos no Rio Grande do Sul. A partir de vários vieses teórico-metodológicos, estes estudiosos buscam dimensionar de que forma o processo de midiatização vem gerando amplas mudanças de caráter social e cultural e transformando diferentes domínios institucionais da sociedade como a religião, a infância, o direito, a educação e a própria mídia.

A compreensão deste fenômeno nos solicita um ponto de vista histórico. Segundo Eliseo Verón (2013) e Antônio Fausto Neto (2008), até o início dos anos de 1980, em um período definido como “sociedade dos meios”, a mídia apresentava uma função meramente representacional, representando a sociedade para a própria sociedade, dando visibilidade para os diferentes campos sociais. A partir de meados dos anos 80, inicia-se um período compreendido como “sociedade em vias de midiatização”, em que os pesquisadores identificaram uma mutação no comportamento da mídia que deixa o trabalho re-

presentacional de lado e passa, ela própria, a produzir sentidos. A partir deste momento, a mídia passa a chamar atenção muito mais pelas formas por meio das quais trava relações com a sociedade e organiza seus vínculos sociais do que propriamente pelo trabalho de representação social. São características desse momento, o comportamento cada vez mais autorreferencial da mídia e o início de uma crescente autonomia dos campos sociais, que passam, a partir dos processos midiáticos, a produzir a sua própria visibilidade.

A intensificação da presença da mídia na sociedade e as transformações em seu modo de funcionamento se complexificam ainda mais com a popularização da internet em meados dos anos 90. Esse fenômeno contribuiu para a consolidação do processo de convergência dos meios (JENKINS, 2009), que passaram a operar cada vez mais integrados, gerando um novo espaço de sentidos que Gomes (2006) define como ambiência midiática. Neste espaço, os discursos sociais produzidos pela mídia, pelas instituições e pelos atores sociais (VERÓN, 1997) geram uma cadeia de afetações com amplas influências no tecido social, que são intensificadas pelas novas condições de circulação que emergem com a rede mundial de computadores. Mais tarde, em meados dos anos 2000, com o surgimento da *Web 2.0*³, que possibilitou a qualquer pessoa gerar conteúdos em função de sua estrutura técnico-operacional mais amigável, milhares de pessoas passam a ter voz no campo midiático.

Os efeitos do processo de midiaticização decorrentes da força da mídia na sociedade atingem vários domínios institucionais, e nesse amplo espectro duas questões merecem um destaque especial. A primeira diz respeito ao enfraquecimento e deslocamento do papel da mídia, que atualmente não é mais a única produtora e distribuidora de discursos sociais; cada vez mais outros campos sociais, a partir das lógicas da mídia, visibilizam suas demandas de sentido por conta própria. A segunda questão diz respeito ao deslocamento do receptor para o nicho da produção e distribuição de discursos na sociedade, passando de um papel que foi considerado por muitos estudiosos como passivo,

3 “Web 2.0, termo cunhado por Tim O’Reilly para designar [...] o conteúdo gerado pelo usuário ou conteúdo moderado pelo usuário, e também para se referir a novos tipos de empresas que utilizam as redes sociais” (JENKINS, 2009, p. 388).

ou relegado apenas a um trabalho interpretativo das mensagens, para um espaço onde é produtor de conteúdo nas mais diversas modalidades, como texto, áudio e vídeo.

No contexto da “sociedade em vias de midiáticação”, a paisagem midiática contemporânea se reconfigura, e o ambiente televisivo, em especial, encontra-se assimilando processos de transformação/mutação nos seus mercados discursivos. Podemos atribuir esse quadro a muitos fatores, mas o impacto da digitalização tecnológica nos sistemas midiáticos e o impacto da tecnologia convertida em meios na esfera dos atores sociais têm uma contribuição significativa no contexto comunicacional. A digitalização tecnológica deu velocidade, alterou formatos antigos e gerou novos formatos de disseminação de conteúdos em praticamente todas as mídias, configurando-se num fenômeno global marcado por um fluxo gigantesco de trocas de informações.

A tecnologia convertida em meios também contribui de forma especial nesta paisagem. Novos atores sociais se inseriram na produção dos conteúdos, e a própria geração de conteúdo foi facilitada pelo barateamento de equipamentos e pela simplificação dos sistemas operacionais que se apresentam de forma mais amigável, diminuindo as barreiras técnicas que relegavam a prática apenas aos expertos dos grandes conglomerados de mídia. Esse movimento vem alterando as formas de produção e reconhecimento dos discursos sociais com a complexificação dos contratos de leitura, das formas de contato e do estabelecimento de vínculos entre produtores e receptores.

O objetivo deste capítulo é tentar aproximar a perspectiva de Bernard Miège da nossa realidade de pesquisa, estruturando conexões entre as TICs e o cenário de midiáticação que estudamos. Nossas pesquisas buscam traçar possibilidades de diálogo entre os campos e sua relação com as questões de aprendizagem, que acontecem em espaços informais, tendo a televisão como vetor principal.

2 Perspectivas do autor

O contexto acima apresentado, permeado pelo imbricamento de diversos processos tecnológicos, revela-se como um

desafio aos pesquisadores de Comunicação. Para Miegè (2009) é preciso muita atenção para evitar nos trabalhos da área o discurso do tecnodeterminismo. Segundo o autor, esse discurso “sedutor” e pregnante precisa ser evitado, para fugir dos riscos que esse tipo de afirmação pode trazer. O papel da técnica, muitas vezes, causa problemas no vasto setor da comunicação/informação. Em alguns casos, ela é essencializada e tida como a única origem das mudanças, mutações e inovações, já em outros, é dissimulada e ignorada.

Diante desse panorama, o autor aponta que o olhar sobre as Tecnologias de Informação e Comunicação, além de outras técnicas emergentes, tem apresentado uma separação muito tênue entre o técnico e o social, pelo fato de ambos estarem ligados através de inúmeras mediações. Por isso, o pesquisador nos convida a dialogar sobre o qualificativo sociotécnico para pensar as ferramentas, os dispositivos e serviços associados, assim como o processo de inovação em si, na relação com os sujeitos. Segundo o professor, as TICs são a base tecnomaterial da mídia. Essas técnicas de relacionamento e inscrição nos suportes trazem uma percepção da realidade em que há uma mistura entre o que se produz, como se produz e quem produz. O desenvolvimento das TICs estudado por Miège é um fenômeno de inovação, ligado às modificações das práticas de trabalho, que foram percebidas a partir da televisão e de suas formas de recepção que foram se complexificando com a presença cada vez mais constante da interatividade, que vem ampliando não apenas as possibilidades de interação.

A chegada à maturidade das TICs é acompanhada por uma floração de discursos sociais e de concepções. Esses discursos, frequentemente, têm uma natureza tecnodeterminista, que confunde e obscurece as questões diversas e complexas que são acionadas a partir das TICs. Nos discursos sociais sobre as TICs, há a promoção de um discurso que não é sedutor, mas seduz. Segundo Miège (2009), quatro traços principais caracterizam esses discursos: 1º, a antecipação permanente dos usos (as previsões sendo muito raramente confirmadas); 2º, a afirmação constante de prevalência da ordem da técnica e a afetação a esta de tendências e de movimentos que pertencem ao social (em suas diferentes dimensões), de modo que as evoluções enun-

ciadas são vistas como inelutáveis; 3º, a convergência, que visa articular as indústrias de redes, de materiais e conteúdo, não somente se apresenta segundo configurações variáveis há duas décadas, mas é sobretudo um “construto social” em vias de realização que, em torno de bases tecnológicas evolutivas, dá lugar a conflitos estratégicos reais, frequentemente agudos, entre os protagonistas: atores “maiores” (industriais, países dominantes, organizações internacionais) e os usuários-consumidores (interessados, por exemplo, na gratuidade – parcial – dos produtos); e 4º, o recurso a uma profecia autorrealizável que carrega a convicção da parte ativa dos usuários, que, a cada etapa ou promoção de uma nova ferramenta, enuncia-se em um forte estímulo à atividade individual

Miège, ao refletir sobre as marcas desse discurso, entende que o conhecimento das evoluções contemporâneas ganha muito em identificar claramente o que diferencia os conceitos evocados (inovação, mutação, mudança e aperfeiçoamento) e em situar cada um em seu lugar. Para ficar na inovação, é adequado, por um lado, não colocar no mesmo plano as inovações de ruptura (qualificadas de radicais, ou paradigmáticas, por alguns autores) e as inovações de produtos (que são centrais nas ciências da gestão ou na microeconomia). São as inovações de ruptura que interessam mais diretamente à pesquisa em informação-comunicação, e efetivamente as TICs. Convém subsumir a emergência e depois o desenvolvimento das TICs tanto as determinações técnicas (uma vez que apenas algumas podem ser qualificadas de inovações) quanto o certo número de processos que concorrem para a sua ancoragem social.

Por isso, é preciso pensar a complementaridade das ferramentas de comunicação numa sociedade como a nossa, que é ao mesmo tempo individualista e de massa e onde a comunicação midiaticizada é sustentada tanto pelas formas emergentes quanto por aquelas tradicionais e já implantadas com sucesso. A midiaticização da comunicação é um dos pontos das inovações sociotécnicas das TICs. O processo de midiaticização está no centro das interrogações, mesmo quando ele não as concentra todas em si. Olhando de perto é nesse processo que se dirigem as esperanças assim como os receios, as escatologias e as promessas utópicas, como ainda as precauções e as apreciações depreciati-

vas (decorrentes do reino da velocidade, da fragmentação e da espetacularização do pensamento, etc.), os julgamentos morais ou as prevenções relativas à técnica (e a seus males reais ou supostos), as previsões sobre as vantagens tecnológicas (notadamente aquelas voltadas a evidenciar todas as facetas previsíveis da interatividade e do mundo multimídia), como, finalmente, as dúvidas sobre as superioridades dos dispositivos técnicos e sua pretensão de ocupar o lugar daqueles ainda disponíveis, tais como as mídias de massa.

Quanto à ampliação do domínio midiático, devemos ter a expectativa de mudanças importantes dos dispositivos sociotécnicos constitutivos das mídias e de sua economia de funcionamento. Sendo assim, uma mesma mídia desenvolverá sua oferta de conteúdos sobre uma pluralidade de dispositivos; e essa mudança é evidentemente de natureza perturbadora para nossa compreensão, uma vez que estamos habituados a identificar uma mídia apenas por suas características técnicas. Do ponto de vista da recepção, esses consumidores, chamados de usuários, promovem a interação entre os dispositivos novos e seus usos. O uso das TICs é uma reação às técnicas por parte dos receptores. As práticas de comunicação são resultado do *habitus* milenar, e não somente dos midiaticizados. São dois processos que funcionam em paralelo e vão dar sentido a uma inovação quando se unem.

3 Midiaticização, sociotécnica e produção de sentido

Tendo como pano de fundo as perspectivas de Miège, de que a midiaticização da comunicação é um dos pontos das inovações sociotécnicas que emergem por meio das TICs, buscamos tensionar essa visão a partir dos estudos desenvolvidos pela linha de pesquisa de Midiaticização e Processos Sociais, tendo como base o pensamento dos professores José Luiz Braga e Antonio Fausto, que nos apresenta formas diferentes e, ao mesmo tempo, complementares de olhar para os efeitos da midiaticização na sociedade.

Braga (2012) caracteriza a midiaticização como uma forma de contemplar os estudos da mídia em seu contexto de atua-

ção – a sociedade. Entendida como um elemento transformador e gerador de complexidades, ou um novo processo crescente na sociedade contemporânea, que traz como consequência “[...] um atravessamento dos campos sociais estabelecidos gerando situações de indeterminações e experimentações correlatas” (BRAGA, 2012, p. 31), a midiatização se evidencia como central e atua como mediadora de processos sociais que estão em curso na sociedade. Também motiva a perceber que dois processos destacam a atividade da mídia na sociedade.

O primeiro contempla o processo tecnológico que promove a oferta de *ações comunicativas midiatizadas* que têm caráter massivo e como destino o âmbito da recepção. O segundo é o processo social por meio do qual os atores sociais passam, experimentalmente, a participar das práticas e dos processos que antes eram domínio exclusivo da indústria cultural. A participação ocorre como

[...] crítica social, por reivindicações de regulação pública da indústria, por ações sociais organizadas para ocupar espaços de produção e difusão; e certamente pela ativação crítica e intencionada das mediações culturais, por apropriações ‘em desvio’ das interpretações preferenciais da produção (BRAGA, 2012, p. 34).

Em tal contexto Braga (2012) identifica um duplo movimento: primeiro, a comunicação adquire grande importância social e, segundo, os processos sociais passam a engendrar ações que midiatizam. É a partir da aceleração do engendramento das ações midiatizadas dos processos sociais, por meio dos quais a sociedade interage com a própria sociedade, que Braga nota um deslocamento do papel da mídia, que já não pode mais ser apreendida apenas por suas formas de usos. Por conseguinte, apesar deste novo papel conviver com formas tradicionais de interação, há um deslocamento para modos mais complexos, que são ativados pelo processo crescente da midiatização, “[...] o que atrai fortemente a nossa atenção, são esses processos cujas ações não se restringem ao objeto ‘meios’ nem ao objeto ‘receptores e suas mediações’, mas os incluem, a ambos, em formações

multíssimas diversificadas e ainda articuladas a outras formações” (BRAGA, 2012, p. 35).

Braga (2009) prevê ainda a abordagem da midiaticização como um conjunto de reformulações sociotécnicas da passagem de processos midiáticos à condição de processualidade interacional de referência. Essa relação é vista em, pelo menos, dois âmbitos sociais: primeiramente, são tratados processos sociais específicos que passam a se desenvolver – inteira ou parcialmente – segundo *lógicas da mídia*. A partir dessa perspectiva, é possível relacionar o processo de midiaticização com várias instâncias e campos sociais, como a política, o entretenimento, a aprendizagem, entre outros. Já o segundo, que se constitui no desafio de pensar a midiaticização ou a comunicação a partir de um nível macro, requer perceber que, aos poucos, vários processos sociais passaram a ser midiaticizados, perpassados pela mídia e organizados em consonância com o olhar midiático.

Fausto Neto (2006) conceitua a midiaticização a partir do crescente desenvolvimento de fenômenos técnicos transformados em meios de comunicação, o que altera os processos sociotécnicos de produção, de circulação e de recepção de discursos. Nessa concepção, a midiaticização modifica os processos, os produtos e as interações entre os indivíduos e produz mudanças na comunicação midiática, nas organizações e nas instituições sociais, transformando a experiência humana pela existência da cultura e da lógica midiáticas.

Outrossim, o autor incentiva a reflexão sobre a midiaticização como prática social e como prática de sentido, considerando a evolução dos processos midiáticos e suas relações com a sociedade, que são acionadas “[...] segundo operações de dispositivos técnicos e discursivos que afetam as diferentes práticas sociais” (FAUSTO NETO, 2006, p. 3). Ou seja, entende a midiaticização da sociedade a partir de dois aspectos centrais: seu caráter interacional e semiótico, atentando aos processos midiáticos, que não são mais exclusividade da mídia e seus protocolos que já estão assimilados no funcionamento da sociedade. A evolução das tecnologias de comunicação vem permitindo que as instituições, as organizações e os atores sociais também possam criar sentidos e difundi-los no meio social, o que constitui também uma prática social.

O autor entende que o discurso é a materialidade do processo de midiatisação – que é acionado pela produção e pela circulação de sentidos, tanto os produzidos pelos meios quanto os que são produzidos pelas práticas sociais – sinalizando, dessa forma, que as manifestações da midiatisação são de caráter discursivo e emergem de intensivos processos midiáticos sobre a organização social. Em outras palavras, a midiatisação configura o resultado da “[...] evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais, tema eleito em reflexões analíticas de autores feitos nas últimas décadas e que chamam a atenção para os modos de funcionamento e estruturação dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas” (FAUSTO NETO, 2008, p. 90).

A midiatisação como prática social ultrapassa o território dos meios enquanto limites explicativos, mas retorna aos meios, no interior de uma nova complexidade que está presente, também, no âmbito das linguagens e que revela os sentidos ofertados e as construções da realidade. Essas operações de sentido dão suporte a outras que, através de seu funcionamento, extrapolam as suas fronteiras. Para Fausto Neto (2006), encontram-se aí os efeitos do funcionamento desse processo, em que as linguagens devem ser percebidas como matéria significante e dotadas da materialidade que põe a midiatisação em processo.

Portanto, resta dizer que a midiatisação precisa ser examinada como um processo, dentro de contextos históricos de alta complexidade, que envolvem o desenvolvimento das técnicas, dos processos e das práticas comunicacionais. Os referidos mecanismos trazem à tona uma nova forma de sociedade “[...] cujas finalidades são vinculadas às lógicas dos fluxos e das operações, tendo como fim a produção de uma nova forma de vínculo social segundo novas estruturas de conexões” (FAUSTO NETO, 2006, p. 4).

A perspectiva dos autores chama atenção para a importância do âmbito da circulação no processo de midiatisação. Braga nos convida a pensar na atividade da mídia na sociedade que se instaura por meio de processos tecnológicos que promovem a oferta de ações comunicativas midiatisadas. Ressalta que estes processos não ficam limitados nem aos meios e nem aos receptores e suas apropriações, mas englobam os dois em novas

relações. Nesse contexto, os processos sociais passam a ocorrer fortemente influenciados pelas lógicas das mídias. Fausto Neto também pensa a midiaticização a partir da crescente emergência de fenômenos técnicos que alteram os processos de produção, circulação e recepção de discursividades sociais, o que acaba por modificar as formas de interação entre os indivíduos, tendo o discurso e a linguagem como materialidade. Ou seja, percebe que as lógicas midiáticas estão permeando cada vez mais o tecido social; nesse sentido, as dinâmicas de sentido que se originam neste processo são entendidas como prática social. A perspectiva dos autores foge do determinismo tecnológico ao evocar o termo sociotécnico para pensar os processos de midiaticização da sociedade. O termo nos convida a pensar no emprego da tecnologia na sociedade como algo determinado pelo contexto social. Aqui percebemos um forte diálogo com o pensamento de Miège, que evoca o qualificativo sociotécnico para discutir os aspectos tecnológicos do processo de midiaticização a partir das TICs como a base material das mídias, onde busca relacionar os sujeitos e seus contextos com os dispositivos, ferramentas e serviços que caracterizam a sociedade midiaticizada.

4 Um olhar sobre o objeto empírico a partir de Miège

A partir do que foi exposto e com base no pensamento de Miège, que nos convida a olhar para a midiaticização da sociedade a partir do qualificativo sociotécnico, o qual solicita um olhar para a tecnologia como um processo socialmente determinado, trazemos a discussão para o âmbito de duas pesquisas sobre televisão que tecem um olhar sobre a forma como o meio midiaticiza questões de aprendizagem de caráter informal e relações dos sujeitos com dispositivos midiáticos. Na pesquisa conduzida por Michelli Machado, as questões relativas à aprendizagem emergem a partir do programa “Faixa Comentada”, produzido pelo Canal Futura, no qual as minisséries históricas produzidas pela TV Globo são rerepresentadas e comentadas. Na pesquisa de Daniel Pedroso, as questões relativas aos processos de aprendizagem informal são observadas a partir da promo-

ção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”, exibida pelo Fantástico, que convidou empregadas domésticas de todo o país a produzirem e enviarem ao programa vídeos que parodiassem o videoclipe “Vida de Empreguete”.

Iniciativas como a do programa *Faixa Comentada*⁴, por exemplo, que trabalha com minisséries históricas ampliando sua abordagem, demonstram-nos que, de alguma forma, essas obras podem ser “usadas” como dispositivos de aprendizagem, através de sua reciclagem. Não podemos ignorar que esses processos midiáticos têm uma certa relação com a aprendizagem, principalmente em um mundo em que se tem cada vez menos tempo de adquirir conhecimento das formas tradicionais; nesse sentido, percebemos a televisão como um dispositivo tecnológico que cumpre a função de fazer o conhecimento circular.

Ao interpretarem as mensagens oferecidas pelas minisséries históricas, os telespectadores então aprendendo um pouco sobre história e ressignificando acontecimentos e personalidades históricas. Essa ressignificação do passado no presente acontece a partir das vivências individuais de cada espectador e da fusão entre a leitura dos fatos proposta pelas minisséries e a leitura realizada pelos receptores das obras a partir de seu capital cultural, simbólico e histórico.

Lembremos que Braga nos diz que “[...] interpretar é usar o seu acervo cultural para digerir as interpelações recebidas. Há boas e más interpretações – mas o saldo, positivo ou negativo, é uma aprendizagem” (BRAGA, 2002, p.08). Segundo o pesquisador, nesse tipo de aprendizagem estamos usando nossas competências de aprender e coisas já aprendidas ou recebidas de outros espaços, como a escola, a família, a cultura e as práticas cotidianas; por isso, nem toda aprendizagem é positiva.

4 O Canal Futura tem um programa intitulado *Faixa Comentada*, que reapresenta e comenta minisséries históricas. Nesse programa, historiadores, autores, diretores e o próprio elenco da história comentam como ocorre a reconstrução de uma realidade, a partir da história com mesclas de ficção. *Faixa Comentada* reexibe minisséries de dramaturgia e amplia a abordagem da ficção, tratando de questões relativas à produção de TV – preparação de atores, construção da narrativa e de personagens, figurino, cenografia, fotografia, curiosidades de produção, etc.– assim como também temas históricos, literários ou de comportamento, através de entrevistas com profissionais e especialistas.

Miège fala que os dispositivos tecnológicos e as TICs atualmente disponíveis permitem criar e multiplicar a divulgação e a difusão do conhecimento. Ou seja, por meio desse processo, podemos quebrar resistências e, assim, dizer tudo que desejamos dizer. Por isso, segundo Braga, o campo educacional inevitavelmente se reorganiza para ampliar sua abrangência, diversificar seus objetivos e enriquecer sua oferta de procedimentos, de modo a tentar dar conta destas novas áreas de aprendizagem.

Desta forma, podemos pensar sobre a possibilidade do campo se apropriar dos produtos midiáticos para criar novas chances de aprendizagem e ampliar o conhecimento oferecido pelos processos midiáticos, de forma a termos um conhecimento mais aprofundado do que o oferecido pela mídia, mas desenvolvido a partir da oferta dos meios de comunicação. Esse viés é uma das muitas possíveis ramificações que o tema nos propõe pensar, numa sociedade que está sempre querendo ser convidada para falar sobre alguma coisa. A experiência da educação informal propiciada pela televisão a partir da “Faixa Comentada” é um exemplo do tipo de ações comunicativas midiaticizadas de que nos fala Braga (2012); neste quesito, o âmbito da circulação “propicia uma ativação crítica e intencionada das mediações culturais” (BRAGA, 2012, p. 34). Aqui percebemos o conhecimento informal emergindo por meio das lógicas da mídia e da televisão enquanto dispositivo tecnológico em relação com os sujeitos.

Já na promoção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”, exibida pelo Fantástico⁵, o conhecimento informal é engendrado por meio de um processo interacional no qual a televisão solicita às empregadas domésticas que produzam vídeos para o quadro do programa. Todo esse processo foi regido pelo programa, que, além de delinear o mercado discursivo com o

5 No quadro apresentado pelo programa de variedades Fantástico (2012), a atividade discursiva do telespectador se induz com base em uma matriz ficcional (telenovela) e se direciona para uma categoria específica de telespectadores: as empregadas domésticas. O diferencial da atividade discursiva foi o envio de vídeos, nos quais as profissionais do lar deveriam parodiar o tema do videoclipe exibido pela telenovela, numa alusão ao comportamento das empregadas domésticas da trama que se tornaram celebridades do mundo da música. Ao todo, 1.400 vídeos foram remetidos, e o próprio Fantástico propôs diversas reportagens com o intuito de reforçar o convite e de prestar esclarecimentos sobre a forma de envio e as condições de acesso à promoção.

qual buscava se relacionar – empregadas domésticas com carteira assinada –, também explicitou o modelo de produto que as secretárias do lar deveriam seguir. Os vídeos deveriam ser baseados no videoclipe “Vida de Empreguete”. Para atingir tal objetivo, o programa desenhou um modelo interacional no qual produziu chamadas, reportagens de apresentação da promoção e gerou ainda esquetes cômicos por meio dos quais instruiu didaticamente as empregadas produzir os vídeos a serem enviados, detalhando tempo, conteúdo, sugerindo equipamentos de gravação e processos de postagem do produto final na página do programa na internet.

Percebemos que o funcionamento desta promoção carrega um importante viés de midiatisação do conhecimento informal, focado na aprendizagem dos processos de produção televisiva, viés que pode ser apontado em dois níveis. O primeiro nível se estabeleceu por meio do processo interacional entre a televisão e as telespectadoras, movimento que foi gerado a partir do convite à participação, do estabelecimento das regras da promoção e do delineamento das condições de produção dos vídeos. Neste nível, o programa “ensinou” o que deveria ser feito.

O segundo nível, que decorre do primeiro, é a própria produção dos vídeos realizados pelos atores sociais, que exigiram, ainda que amadoristicamente, um conhecimento mínimo de criação de um roteiro baseado na trama da telenovela, além de familiaridade com as técnicas de produção e edição dos vídeos, conhecimento que, como nos lembra Fausto Neto (2006), está baseado na cultura midiática que já se encontra disseminada no tecido social, assim como também se encontram disseminados os dispositivos tecnológicos como a internet e os *smartphones*, que possibilitam às telespectadoras participar da promoção.

Nesse contexto, o programa estimula que as telespectadoras tirem proveito destes dispositivos tecnológicos para a produção de sentidos. Entendemos que as operações tecnodiscursivas desenvolvidas pelas telespectadoras, por meio da produção dos vídeos, realizam-se a partir das lógicas da mídia que estão cada vez mais difundidas na sociedade e que, nessa promoção, foram resgatadas por meio de um movimento didático no qual a televisão midiatisa o seu fazer por meio de um processo de geração de conhecimento informal, ativado por meio da

interação com o telespectador. A pesquisa também nos permite compreender o impacto da tecnologia e das TICs na criação e no desenvolvimento da promoção.

Do ponto de vista das dimensões relacionadas ao funcionamento da televisão no contexto da convergência midiática, o quadro permite visualizar como são organizadas as novas relações entre a televisão e o telespectador que são dinamizadas a partir da internet – espaço em que as operações e as lógicas dos sistemas de produção e de recepção se contataram. Nesse sentido, a conversão da tecnologia em meios de comunicação – como é o caso da telefonia celular e, em especial, das tecnologias móveis – é um indicador de grande relevância⁶, já que frisa a potencialidade da aproximação do receptor do nicho produtivo. Foi por meio desses recursos tecnológicos que tiveram seu uso estimulado pelo programa que as empregadas domésticas realizaram as suas produções, seguindo um esquema didático-interacional marcado pela midiaticização do conhecimento informal acerca das lógicas de funcionamento da televisão.

5 Considerações finais sobre o tema

A discussão aqui proposta buscou articular a perspectiva sobre tecnologia de Bernard Miège com as visões do processo de midiaticização dos autores José Luiz Braga e Antonio Fausto Neto, que foram aproximadas da realidade de pesquisa de duas teses de doutorado defendidas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos e tiveram por objeto pensar a televisão no contexto da “sociedade em vias de midiaticização”. No entendimento dos efeitos de midiaticização na sociedade, são vastos os olhares que podem ser construídos por meio da relação do impacto da tecnologia com a sociedade midiaticizada. O relato das pesquisas aponta a capacidade da televisão em midiaticizar o conhecimento informal por meio de suas estratégias, fluxos e processos, seja no caso da “Faixa Comentada” ou da promoção “A empregada mais cheia de charme do Brasil”.

6 A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) divulgou que o Brasil fechou o mês de março de 2013 com mais de 264,05 milhões de linhas ativas de celulares, sendo que o número de acessos à internet, a partir do uso de telefones móveis, foi de mais de 67 milhões (BRASIL, 2013).

Nesse contexto percebemos duas características do processo de mediação da sociedade que se tornam visíveis por meio da observação do âmbito da circulação: no primeiro caso, temos a ativação crítica da recepção por meio da resignificação das minisséries históricas, produto que promove ativação crítica da recepção; no segundo, evidenciamos o processo regulado da produção de discursividades do telespectador acionado pela produção de vídeos. Não é difícil perceber que a tecnologia desempenha um papel estruturante no processo de mediação da sociedade; entretanto, é preciso que se olhe para este impacto em relação aos sujeitos, ou, dito de outra forma, que se busque perceber quais são os sentidos que emergem da mediação enquanto processo sociotécnico.

Referências

- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campus sociais. In: JANOTTI JÚNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Org.). **Mediação & mediação**. Salvador: Ed. UFBA; Brasília, DF: Compós, 2012. p. 31-51.
- BRAGA, José Luiz. Aprendizagem versus educação na sociedade mediada. **Revista Geraes** – Estudos em Comunicação e Sociabilidade, Belo Horizonte, PPG Comunicação/UFMG, nº 53, 2002.
- BRASIL alcança 264,05 milhões de acessos móveis em março 16 de abril de 2013. [S.l.], 2013. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=28468>>. Acesso em: 23 abr. 2013.
- BRAGA, José Luiz. Mediação: a complexidade de um novo processo social. [2009]. Entrevistadora: Graziela Wolfart. **Revista IHU Online**, São Leopoldo, ano 9, 13 abr. 2009. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2477&secao=289>. Acesso em: 20 set. 2014.
- COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Tradition, Arguments. **Communication Theory**, International Communications Association, v. 3, n. 23. p.

- 191-202, 2013. Disponível em: <http://www.andreas-hepp.name/couldry_hepp_intro-commtheo.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2015.
- FAUSTO NETO, Antonio. *Mediatização prática social, prática de sentido*. Paper. Encontro da Rede Prosul “Comunicação e Processos Sociais” UNISINOS, PPGCC, São Leopoldo, 2006.
- FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da mediatização. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.
- FERREIRA, Jairo. *Mediatização como contexto das instituições – rupturas, continuidades nas formações configuradas por dispositivos comunicacionais*. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Contexto organizacional mediatizado**. São Paulo: Difusão, 2014. v. 8, p. 46-59.
- GOMES, Pedro Gilberto. **A filosofia e a ética da comunicação na mediatização da sociedade**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2006.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Sociedade em mediatização: saudade ou esperança*. São Leopoldo, 2010. Paper apresentado em abril de 2010 no PPGCOM da UNISINOS.
- HEPP, Andreas. *As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediatização na era da “mediação de tudo”*. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014.
- HJARVARD, Stig. **A mediatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MACHADO, Michelli. **A história contada na televisão: Um estudo sobre minisséries históricas**. 234 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2013.
- MIÈGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação** (Técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social). São Paulo: Paulus, 2009.

- PEDROSO, Daniel. **Interações entre a televisão e o telespectador na Sociedade em vias de mediação**: Um estudo de caso do quadro *A Empregada mais cheia de charme do Brasil* do programa Fantástico. 2015. 282 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2015.
- VERÓN, Eliseo. **La semiosis social, 2**: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós Planeta, 2013.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediación. **Diálogos**, Lima, Felafac, n. 48, p. 9-17, 1997.

Práticas sociais de informação e circulação crítica na sociedade em midiaticização: diálogo com o pensamento de Bernard Miège

Social practices of information and critical circulation in social mediatization: A dialogue with the thought of Bernard Miège

*Eloísa Joseane da Cunha Klein*¹

RESUMO: Com a finalidade de construir um pensamento reflexivo sobre as conferências e livros de Bernard Miège, o texto articula algumas provocações do autor: pensar propostas menos gerais, mais operatórias; refletir sobre as questões de espaço público em relação às tecnologias de informação e comunicação; analisar continuidades associadas às modificações que se fazem

1 Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Graduada em Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí). Interesses de pesquisa: teoria e pesquisa em Comunicação; aprendizagem social e mídia; audiovisual; telejornalismo; cultura e tecnologia; redes sociotécnicas; reportagem; jornalismo e conhecimento via processos audiovisuais; autorreferencialidade; aspectos pedagógicos do jornalismo e experiência de construção social de noções sobre o jornalismo, mídia e comunicação; midiaticização; mídias digitais; circulação; jornalismo alternativo; assessoria de comunicação; produção informativa institucional e pessoal em mídias sociais. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4478473359082044>

no uso cotidiano das mídias. São trazidas inferências advindas de pesquisas anteriores, visando tensionar as propostas do autor com a motivação de refletir acerca das falas sobre o campo profissional que pensa e organiza a informação no conjunto de mídias instituídas que circulam em mídias digitais. Reflete-se sobre como a crítica da mídia em ambientes digitais apresenta índices de continuidades na perspectiva teórica oferecida por Miège.

PALAVRAS-CHAVE: Mídiação. Circulação. Tecnologias de informação e comunicação.

ABSTRACT: In order to construct a reflective thought on Bernard Miège's conferences and books, the text articulates some propositions of the author: 1) building proposals that are less general and more operative in the field of communication; 2) reflecting on public space issues in relation to the Information and Communication Technologies; 3) analyzing continuities associated with the changes that are made in the daily use of the media. Inferences are drawn from previous research, aiming to consider the problematic field that thinks and organizes information within the established media circulating in the digital media. At the end, the text reflects on how the critique of the media in digital environments presents levels of continuities in the theoretical perspective offered by Miège.

KEYWORDS: Mediatization. Circulation. Information and communication technologies.

1 Propostas operatórias para pensar a comunicação

“Eu vos convido a colocar em dúvida as explicações globais”, diz Bernard Miège ao iniciar um tópico sobre tecnologias de informação e comunicação (TICS) e mídiação, em seminário na Unisinos (2012). A crítica é voltada para argumentações que indicam um “modelo de projeto da sociedade”, permanecendo em generalizações, sem observar as lógicas inerentes aos processos comunicativos vivenciados cotidianamente. Miège

defende que se façam propostas mais “operatórias”, que permitam compreender o que o autor define como “inovações socio-técnicas”, que articulam determinações técnicas e processos sociais e produzem lógicas sociais da comunicação.

Neste texto, são analisados aspectos de propostas operatórias para o estudo comunicacional das TICs presentes nos textos de Bernard Miège. São sintetizados aspectos da abordagem histórico-contextual, da relação dos objetos técnicos com as práticas sociais, da midiaticização e presença da mídia no debate público, das continuidades e transformações da crítica da mídia junto ao desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação.

2 Perspectiva contextual das tecnologias de informação e comunicação

Para Miège, tudo o que permite que as pessoas estejam em processo de comunicação pode se constituir como tecnologia de informação e comunicação. Como as tecnologias dependem não só das condições técnicas e científicas que as produziram, mas também dos usos sociais, só podem ser compreendidas ao longo do tempo. A partir do século XX, as lógicas das tecnologias da informação e da comunicação são construídas nos processos de informacionalização, midiaticização da comunicação, ampliação do domínio midiático, mercantilização, generalização das relações públicas, complexificação das práticas sociais de informação e comunicação (para além das relações interpessoais, quando associada à informação, a comunicação abarca aspectos técnicos, operando-se uma dupla mediação, técnica e social) e a transnacionalização das atividades comunicacionais (MIÈGE, 2012).

Na perspectiva de Miège, a midiaticização é pensada como um “processo complementar à comunicação comum [...], corporal, linguística” (MIÈGE, 2012); não se pode separar a comunicação midiática, digital, à distância destas outras modalidades milenares de comunicação. Mesmo que apareçam modalidades novas de comunicação, elas se conectam a estas outras

experiências milenares – e também às práticas sociais historicamente consolidadas.

A generalização das relações públicas tem a ver com o desenvolvimento de estratégias de comunicação por grandes atores, de grandes empresas, até pequenas instituições, que se valem das TICs e se comunicam diretamente com seus públicos, como também pautam questões para a sociedade e para as mídias. A extensão do campo da mídia é caracterizada por sua relação com outros espaços de informação-comunicação, como a telefonia e as empresas de informática. Já a transnacionalização está diretamente ligada à “transitoriedade comunicacional”, à possibilidade de circular informações e produtos culturais, que se acentua com as TICs, embora haja uma problemática importante em relação aos recursos para a produção de conteúdos, uma vez que eles se deslocam das empresas e passam a transitar via fluxos na internet.

A transnacionalização está precisamente sob o empreendimento de poderosos grupos de comunicação, primeiramente daqueles formados a partir das indústrias de materiais e de vetores lógicos da informática, bem como de redes de comunicação, em seguida das indústrias de conteúdos, culturais e informacionais. São esses grupos que são o motor da transnacionalização (MIÈGE, in MAGALHÃES, 2012).

A informacionalização diz respeito ao fluxo crescente de informação, com acelerada circulação – que envolve circulação monetária, via dados, que ninguém sabe onde se materializam, mas também envolve informações que antes se faziam circular de pessoa a pessoa e hoje circulam por outros âmbitos, além de informações que há pouco foram formalizadas, advindas de saberes previamente existentes, mas que antes não dispunham de meios para se formalizar e se tornar disponíveis como informação. Há campos especializados na produção de informação, como o jornalismo. A informação profissionalizada é marcada pela periodicidade e pela edição (no sentido de que há um mercado editorial, que classifica, dá forma e dissemina informações). Com as TICs, outros circuitos de informação se abrem,

não vinculados a editores/campos profissionais e aparentemente gratuitos. “O Google se modelou sobre esse processo de informacionalização, respondeu do seu jeito às demandas, às exigências vindas das empresas, dos indivíduos” (MIÈGE, 2012).

A mercantilização é pensada sob o aspecto das atividades infocomunicacionais, estando relacionada à ação do campo da mídia no mercado, e envolve indústrias de rede, indústrias de informação e indústrias de conteúdo, sendo que as TICs se tornam “o vetor da mercantilização”, assumindo parte importante das despesas das pessoas. “Mercantilização” não são apenas “as despesas diretas dos consumidores finais que somos, mas pode ser também as despesas indiretas. Despesas viram publicidade, porque de uma forma ou outra essa publicidade é paga pelo consumidor final” (2012).

3 Objetos técnicos e práticas sociais

As práticas sociais são pensadas em longo prazo e diferem dos usos, que podem ser associados a uma ferramenta. As práticas sociais envolvem a relação dos diversos atores com a informação, por exemplo, como a pesquisa escolar se baseia nas informações que circulam, ou qual a afetação do campo profissional da mídia pela informação gerada pelas organizações. As práticas sociais também têm a ver também com o deslocamento de elementos do privado para o público e com o deslocamento da esfera profissional para a esfera privada – que conduzem a uma individualização das práticas. Miège considera que a reflexão sobre as práticas sociais de informação e comunicação deve levar em conta aspectos como as desigualdades de acesso. A importância das práticas de “informação e cultura” muda, mas as desigualdades permanecem.

As práticas informacionais referem-se a elementos fundamentais que são explicados conforme a importância do capital escolar, a posição que ocupa um sistema de produção, a permanência das ilegalidades ou das distinções sociais nas nossas práticas de informação e de cultura. [...] Nós temos mais oportunidades de acesso a informações ou

de praticar atividades culturais. Isso não é negligenciável. O que se modifica é certamente o que um sociólogo chamou as lógicas de ações individuais (MIÈGE, 2012).

Miège considera a perspectiva de Jouët de que a relação da técnica com informação/comunicação envolve uma dupla mediação, uma propriamente técnica, considerando estrutura e prática, e outra social, em que os usos da técnica se alimentam. Há uma tecnicização da ação pela mediação operada pelo objeto técnico (MIÈGE, 2009, p. 45-47). Por outro lado, estes objetos técnicos estão em relação com as práticas sociais já existentes, o que se percebe pela forma de inserção das ferramentas tecnológicas em contextos previamente configurados, com conteúdos que já circulavam socialmente, e adaptados aos mais variados usos sociais. Assim, o social tensiona o técnico; não há uma simples adoção de tecnologia, que nunca vem pronta.

4 Perspectiva societal e histórica da midiatização: em busca de continuidades

Bernard Miège considera que a midiatização “está no centro das perguntas” (2009, p. 81) e que o avanço das tecnologias de informação e comunicação interessa quando toca as relações sociais e ações comunicacionais (2009, p. 107). A midiatização é conceituada como (1) a intermediação dos fenômenos pela mídia – em oposição a outras instâncias de mediação do social; (2) a midiatização dos conteúdos produzidos no âmbito de outras esferas da vida social; (3) tudo o que é produzido nas relações “interindividuais, intergrupais ou intraorganizacionais” quando uma tecnologia de informação e comunicação, ou um dispositivo, a elas se interpõe (MIÈGE, 2009, p. 83).

Em relação a esta “pluralidade semântica” da “midiatização”, Miège analisa criticamente proposições teóricas sobre a passagem do escrito para a “ordem do cálculo” (instituída com a informacionalização computadorizada), marcadas pela recusa à rapidez, fragmentação e espetacularização do pensamento, julgamentos sobre os “males” e as “vantagens tecnológicas” e

questionamentos sobre a “superioridade dos dispositivos técnicos e suas pretensões de substituir aqueles [dispositivos] ainda disponíveis” (MIÈGE, 2009, p. 81). Estas proposições frequentemente efetuam procedimentos de oposição, como tradicional/moderno, antes/depois, material/imaterial, real/virtual, entre outros, que estão na base de “visões substitutivas ou substitutas”, quando se entende que ocorre uma imposição da midiaticização sobre um modo de comunicação plurimilênar.

A teorização de Miège (2009, p. 82) opta por uma perspectiva societal e histórica, que tensiona as visões substitutivas, por dar ênfase às “continuidades, complementações e mestiçagens e não às rupturas e mutações radicais”. Miège observa como a perspectiva “(neo) comunitária” (2009, p. 86) marca o registro de modificações nas relações sociais/conexões, modificações e até mutações na circulação da informação, transformações nos meios de comunicação:

É verdade que uma relativa midiaticização das mediações e das relações interindividuais é incitada, como temem vários trabalhos setoriais [...]; contudo, as contribuições dos autores desses trabalhos não permitem concluir significativas mutações destinadas à midiaticização da comunicação. Antes, nos interessamos pela hipótese de um individualismo conectado à técnica, esta suscetível a se referir/afetar os indivíduos transversalmente aos diversos campos sociais e aos espaços privados, públicos e de trabalho (MIÈGE, 2009, p. 87).

Conceitualmente, Miège desenvolve esta hipótese refletindo sobre noções que relacionam sociedade de massas e individualismo. Critica a ausência de pesquisa empírica a embasar a afirmação de Wolton de que a conexão levaria ao isolamento. Critica igualmente a conclusão de um “individualismo conectado” pela técnica, de Flichy, com indivíduos “mais autônomos e mais controlados na vida privativa e na vida profissional”. Miège considera que Flichy parte de “análises de traços marcantes das sociedades contemporâneas”, mas, por tratar mais de sociabilidade que de comunicação, a conclusão opõe o social e a técnica, minimizando a “existência de mediações múltiplas na inte-

ração” destes âmbitos (MIÈGE, 2009, p. 89). A partir do exame de pesquisas sobre a recusa de tecnologias da informação e comunicação, Miège entende que, ao limitar-se a constatações e à classificação de comportamentos, tais pesquisas aproximam-se “das motivações, das representações e das estratégias (ou das táticas) dos atores sociais” (2009, p. 90).

Desde o registro crítico destas visadas é que Miège argumenta sobre a necessidade de vinculação entre o “processo de mediatização da comunicação” e o “funcionamento” e “administração do social” – o que faz pelo exame de aspectos relacionais entre indivíduos, tecnologias e comunicação de massas, evitando pensar rupturas, mas observando continuidades, coexistência e complementaridades entre comunicação “comum” e mediatizada. Metodologicamente, o autor atenta para os ainda reduzidos casos empíricos analisados e para a restrição da população observada: trata-se dos “primeiros usuários de uma técnica” e populações conectadas e pluriequipadas. Assim, é preciso considerar as especificidades das “categorias sociais” (como vida privativa, profissional, espaço público), questões que caracterizam sociedades ou lugares diversos, aspectos organizacionais associados à produção das tecnologias, “competências comunicacionais que participam da formação de novas normas de ação comunicacional” (MIÈGE, 2009, p. 97).

Quando pensadas em relação à vida privada, as comunicações têm temporalidades, especificidades e ritmos diferentes da vida profissional, onde melhor se verificam as demandas de imediatez. Quando pensados aspectos organizacionais, as comunicações estão também marcadas pelas modalidades “projetadas por especialistas e destinadas a favorecer a adoção pelas diversas categorias de usuários” (MIÈGE, 2009, p. 95). Assim, uma “nova comunicação”, caracterizada pelos desvios e recriações em relação aos modelos anteriores, apenas parcialmente se verifica; bem como nos anos 1980 e 90 as ações estavam aquém das promessas de interatividade. “As realizações efetivas estão antes de tudo na *continuidade* das modalidades conhecidas tanto do ponto de vista das trocas que se tornam possíveis quanto das linguagens e, portanto, das composições” (2009, p. 95, grifo nosso).

Embora na análise de usos de tecnologias geralmente sejam enfatizadas as competências cognitivas necessárias para o domínio das ferramentas, Miège observa que outras competências comunicacionais são constituídas no processo de formação de novas “normas de ação”. Tais competências “estão cada vez mais presentes na administração pelos indivíduos de sua vida cotidiana” (MIÈGE, 2009, p. 97) e têm implicações na vida de indivíduos e grupos familiares. “A mídiatização crescente de toda uma série dessas ações deve ser relacionada com uma tendência à individualização dessas práticas sociais [...] que supõem aí também a criação de competências comunicacionais, que são novas para a maioria das pessoas” (2009, p. 98).

Essas competências, embora socialmente experimentadas e desenvolvidas, não estão sendo suficientemente investigadas ou aprendidas. Elas podem ser compreendidas como as “normas de ação que cada vez tomam mais importância mesmo que finalmente não sejamos formados para adotá-las” (MIÈGE, 2012a). Como exemplos, a presença à distância que se estabelece em teleconferências, a responsabilidade em rede entre profissionais da saúde, os telesserviços, a mídiatização da educação (com redução de custos pela diminuição dos professores), a valorização de uma “autonomização” dos estudantes (que teriam que ter um perfil de “pesquisador”), a conjugação da “escrita, mais imagem, mais o som, mais o gráfico”, ainda caracterizando uma somatização e não multimídia, o uso de ferramentas da internet em campanhas políticas.

Embora as ferramentas possibilitem uma ampla discussão de temas que interessam à esfera pública, Miège (2012a) salienta que “não é a ferramenta que faz a participação, a colaboração, mas é o interesse da pessoa nos assuntos”, o fato “de ter os meios de poder participar e não somente de assistir”. “A valorização do usuário que produz seus próprios produtos é implicada na relação que ele tem com os industriais da comunicação”, de duas formas: com as mídias instituídas e com as indústrias Apple, Google, Facebook.

Miège considera ser preciso evitar tomar “mídia” num sentido muito amplo, que englobaria tudo, como também evitar pensar que há uma substituição das mídias pelas TICs. As mídias são

consideradas como organizações de características específicas, funcionando com regularidade para públicos bem identificados e para quem divulga programas informativos, de entretenimento e culturais, respeitando as modalidades econômicas que se fundaram no decurso de sua já longa história. Divulgar regularmente programas específicos, tal é o coração do funcionamento midiático (MIÈGE, 2009, p. 48).

Com as TICs, as mídias, que eram marcadas pela centralidade de uma técnica em seus processos produtivos, passam a combinar várias técnicas, desenvolvendo conteúdos para vários dispositivos. A dinâmica de acesso ao conteúdo midiático pelo público também muda, já que se pode acessar o material produzido independentemente do horário ou dia em que foi publicizado. “O consumidor que impõe o que finalmente chega à divulgação de conteúdo, se move, define o ritmo das práticas” (MIÈGE, 2012b). Há uma impossibilidade de prever a relação com o público, com o que fica difícil definir estratégias midiáticas: embora ainda seja preciso pensar, produzir e pagar a produção, não há garantia de recursos publicitários. Em momento de abertura das possibilidades de confecção de conteúdos, a questão do financiamento se coloca como um problema a ser resolvido nas próximas décadas.

5 Midiaticização e crítica da mídia

Alguns pontos de tensionamento entre mídias instituídas e mídias desenvolvidas com as TICs podem ser considerados pela análise da relação com o público. Até o presente, a crítica de mídia agia para a renovação das mesmas receitas. Porém, a “individualização” passa a estar na base da crítica à mídia de massa e a programação tenta abarcar “os pontos de vista individuais” – como a tentativa de dar voz ao espectador, na televisão (MIÈGE, 2012b). As novas indústrias de informação não têm este problema, porque podem se moldar aos pedidos imediatos dos participantes. No entanto, trata-se de um modelo em que a presença da política é menor, em detrimento de aspectos cultu-

rais e de relacionamento. Outra diferença é que a possibilidade de interação é maior, com mais participação – o que tensiona o campo midiático instituído, particularmente no aspecto da profissionalização dos atores.

O fato de haver maior participação e interação não exclui as desigualdades neste tipo de atuação. As TICs têm utilização seletiva, de acordo com o tipo de pessoa e interesse. É possível pensar que haja “a internet do rico, a internet dos profissionais e a internet das massas” (MIÈGE, 2012b). Os modos de participação precisam também ser analisados em associação com práticas políticas. Por exemplo, alguns dos movimentos organizados em países árabes o foram com base em relações anteriores e externas às redes sociais.

Bernard Miège (2012b) aponta um questionamento fundamental: “A questão das relações entre as TICs e os espaços públicos é uma pergunta que se sobrepõe em tudo”. Na sociedade em midiaticização, cada vez mais a mídia se torna aspecto fundamental a ser considerado no debate público. Este debate aciona aspectos cotidianamente endereçados pela própria mídia acerca de seus fazeres, destacadamente pelas operações autorreferenciais, mas igualmente em toda a programação (KLEIN, 2012). Neste sentido, a vivência cotidiana com a mídia ensina sobre a mídia. Assim, não apenas o conteúdo referencial (sobre o mundo) da mídia é acionado ao se falar dos temas da sociedade, mas também o conhecimento sobre as operações midiáticas. A aprendizagem social sobre o mundo ocorre também por obtenção de informações via mídia e experiências desenvolvidas em âmbitos midiáticos, que estão presentes na produção de conteúdos para mídias digitais.

Há um contínuo debate público sobre a mídia, em ambientes institucionais, marcadamente a escola e a família, e em espaços diversos de socialização. Com as tecnologias de informação e comunicação, esta “conversa sobre a mídia” pode ser observada nas mídias desenvolvidas em ambientes digitais, como blogs, portais de notícias, o site de rede social Facebook e o microblog Twitter.

Entre as possíveis definições para o termo “mídia”, é frequente que esta seja compreendida como “extensão ou decorrência natural de conjunto de meios de comunicação”, como

expressa Liziane Guazina (2004, p. 49). Isto é feito com o objetivo de fazer referência a algum tipo de empresa de comunicação, especialmente ligada ao jornalismo e ao entretenimento. Beth Saad Corrêa (2003) associa mídia à ideia de empresa que se relaciona com anunciantes e consumidores, que produz e distribui conteúdo, e tem estratégias que pensam um processo de comunicação e os negócios. Parece que este entendimento está na base da adjetivação da palavra mídia quando se faz referência ao contexto contemporâneo e à configuração de dispositivos pelas TICs: “mídias interativas”, “mídias digitais”, “mídias sociais” (como em ARANTES, 2005).

As sociedades contemporâneas constituíram as mídias como “vasto aparato tecnológico-empresarial-cultural-profissional-mítico voltado especificamente para (ou proposto expressamente como sendo para)” (BRAGA, 2011, p. 69) produzir e fazer circular mensagens ou propostas de fruição estética ou de entretenimento. A mídia torna-se importante lugar dos sentidos compartilháveis na sociedade, tem penetrabilidade nas interações sociais. Braga inclui na definição de mídia “os grandes meios audiovisuais e informáticos, mas também o jornal, o livro e toda e qualquer forma de publicação impressa” (2011, p. 69). Esta compreensão amplia a ideia macroempresarial, mas mantém aspectos confirmados por outras perspectivas, como a de Miège (2009), que observa as características técnicas e organizacionais, a definição de um âmbito profissional e de lógicas próprias, como a programação, envolvendo produção de conteúdo, com periodicidade, dialogando com públicos distintos.

De forma sintética, consideramos que, pela midiaticização da sociedade, as situações vivenciadas e o acionamento de coisas fora da circunstância vivida são atravessados por processos midiáticos. Tais atravessamentos participam de um processo de décadas, até mesmo séculos, em que nossas sociedades desenvolveram práticas de informação e entretenimento de forma associada ao jornalismo, romance literário, comunicação de massas, tecnologias digitais, entre outros; trata-se de práticas marcadas pela presença física dos meios, suas características informativas, discursivas, e formas pelas quais nos relacionamos com a mídia. As experimentações cotidianas alimentam a produção das tecnologias e as tensionam, conforme vão sendo

criadas e usadas (MIÈGE, 2012). Entendemos que estas experimentações atuam igualmente nos fazeres midiáticos, que vão se modificando em termos de formatos, conteúdos, linguagens, modos de circulação, modos de produção, registro, arquivamento de materiais.

Na sociedade midiaticizada, há um acúmulo de conhecimentos e de experiências relativas a estas práticas, sendo possível que saberes sobre a mídia sejam acionados, tanto na recepção e circulação de conteúdos quanto na atividade crítica ou criação e recriação de produtos. Tendo em conta que os processos sociais são constituídos pelos modos de interagir da sociedade, entendemos que se processam transformações na própria experiência cotidiana da mídia, já que a circulação midiática é parte de um fluxo contínuo (BRAGA, 2011).

O “trabalho social” sobre a mídia é contínuo (BRAGA, 2006), estando em desenvolvimento desde a criação dos primeiros meios de comunicação. Nos ambientes digitais, a convergência de informações privadas para o espaço público se espalha nas conexões entre indivíduos e também retorna nas mídias de produção profissional de conteúdo. Os comentários e os debates sobre a mídia em ambientes digitais igualmente possibilitam observar o conhecimento sobre a própria mídia, que se revela em posturas analíticas que levam em consideração conteúdos referenciais, características dos programas/produtos, da produção audiovisual e até mesmo das lógicas profissionais do jornalismo. Com a intensificação da penetração da mídia na vida cotidiana, as práticas de aprendizagem social se mesclam ao aprendizado cotidiano da mídia.

A experiência de comentar a televisão enquanto se assiste a um programa, ou logo após sua exibição, carrega elementos de atividades sociais, de tipos de atuação no social, da formação educacional e se vincula às experiências precedentes de cada pessoa. Ao mesmo tempo, o que previamente existia como padrão de interação de crítica de mídia é tensionado. Há outra temporalidade, e as pessoas podem até estar conectadas ao mesmo tempo, mas é mais comum que deixem seus comentários em tempos distintos, indicando traços de individualização (MIÈGE, 2009).

A consolidação destas formas de uso das tecnologias de informação e comunicação, associada a práticas historicamente concretizadas, como a crítica da mídia, permite-nos observar aspectos de continuidade presentes nas práticas sociais de informação e entretenimento, como analisa Miège (2012). Em que pese o fato de que a experiência das pessoas se desenvolva tendo em conta dispositivos tecnológicos, conteúdos e interações sociais, é pertinente notar a observação de Miège (in Corrêa, 2009) de que predomina uma ausência de questionamento crítico sobre o tipo da técnica da comunicação-informação e seus impactos variados, por exemplo, no meio ambiente. A posição favorável às técnicas, a “absorção natural”, os poucos questionamentos sobre áreas externas ao conteúdo e o entendimento comum de que as TICs não são pagas permitem refletir, com Miège, que há muitas continuidades nos usos destas tecnologias, mais que rupturas – inclusive quando pensados os mercados nos quais elas se situam.

Referências

- ARANTES, Priscila. Arte e mídia no Brasil: perspectivas da estética digital. **ARS**, São Paulo, v. 3, n. 6, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-53202005000200004&script=sci_arttext&tln g=es>.
- BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. **Verso e Reverso**, v. XXV, n. 58, p. 62-77, jan.-abr. 2011.
- BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação no XX Encontro da Compós. Porto Alegre, 2011.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.
- CORRÊA, Beth Saad. Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação. Senac, 2003.
- CORRÊA, Beth Saad. Comunicação e tecnologia na sociedade: uma dimensão transversal. Entrevista com Bernard Miège. **Matrizes**, São Paulo: USP, v. 3, n. 1, p. 121-128, 2009.

- GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares. Dossiê mídia e política. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 49-64, jul.-dez. 2007.
- KLEIN, Eloísa Joseane da Cunha. **Circuitos comunicacionais ativados pela autorreferência didática no jornalismo: o caso do Profissão Repórter**. Tese (Doutoramento) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, abril de 2012.
- MAGALHÃES, Thamiris. O erro de ver novas mídias em todas as Tecnologias da Informação e Comunicação. Entrevista com Bernard Miège. IHU On-Line: Revista do Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, ano 21, edição 390, 2012 online.
- MIÈGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- MIÈGE, Bernard. As TICs: entre inovação técnica e enraizamento social. Seminário Bernard Miège. Escola de Altos Estudos. Unisinos, abril, 2012.
- MIÈGE, Bernard. O processo de midiatização ao centro (da maioria) das atenções. Seminário Bernard Miège. Escola de Altos Estudos. Unisinos, abril, 2012a.
- MIÈGE, Bernard. As mutações profundas da esfera mediática. Seminário Bernard Miège. Escola de Altos Estudos. Unisinos, abril, 2012b.

As TIC sob a ótica de Bernard Miège: um cruzamento com a midiatização e o turismo

The ICT from Bernard Miège's perspective: A crossing with mediatization and tourism

Natália de Sousa Aldrigue²

RESUMO: Este artigo está fundamentado na perspectiva teórica das técnicas da informação-comunicação (TIC) sob a ótica de Bernard Miège, em que a chegada à maturidade das TIC é acompanhada por uma afloração de discursos sociais e de concepções, frequentemente de natureza técnico-determinista, que confundem e obscurecem as questões (diversas e complexas) que elas trazem. Fazemos um cruzamento do que o autor entende por midiatização com o turismo e suas práticas, dentro deste quadro das técnicas da informação e comunicação, trazendo também para a discussão alguns estudiosos desta área, como Fausto Neto (2010), Braga (2012), Verón (1997), Rodrigues (2000), entre outros, que nos colocam a midiatização como um novo cenário, em que as mídias estão atravessando os demais campos sociais e sendo por eles atravessadas, gerando, desta forma, novas formas de ambiente na realidade. Inserido neste contexto, o turismo é um campo social em constante crescimen-

2

Professora Adjunta no curso de Turismo da UNB. E-mail: nataldrigue@yahoo.com.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5375615564498291>

to e que tem utilizado os dispositivos técnicos para criar novas formas de comunicação para o desenvolvimento das localidades, mudando inclusive a forma de fazê-lo. Assim, traçamos um paralelo entre os conceitos e problematizações da teoria da mediatização e o turismo.

PALAVRAS-CHAVE: TIC. Mediatização. Práticas sociais. Turismo.

ABSTRACT: This article is based on Bernard Miège's theoretical approach on communication and information technologies (ICTs) from the point of view that the appearance of ICT's maturity is followed by an outgrowth of social discourses and conceptions, often having technical-deterministic nature, which confuse and obscure the (diverse and complex) issues raised by ICTs. We derived our study from a cross-check of the author's understanding of mediatization with tourism and its practices in the ICTs framework. We also bring to the discussion some other scholars, such as Fausto Neto (2010), Braga (2012), Verón (1997) and Rodrigues (2000), who present mediatization as a new scenario in which the media have been crossing other social fields and have also been crossed by them, creating, therefore, new forms of environment in real life. In this context, tourism is a social field in constant growth that has used technical devices to create new forms of communication for the development of locations, even changing the way of doing it. Thus, we draw a parallel between concepts and problematizations related to the theory of mediatization and tourism.

KEYWORDS: ICT. Mediatization. Social practices. Tourism.

1 Introdução

Este artigo está fundamentado na proposta teórica das técnicas da informação-comunicação (TIC) sob a perspectiva de Bernard Miège, visto que observamos os fatores inerentes à comunicação com foco nas técnicas ou, como o autor coloca, dos dispositivos técnicos, pois a chegada à maturidade da TIC é acompanhada por uma afloração de discursos sociais e de concepções, frequentemente de natureza técnico-determinista, que

confundem e obscurecem as questões (diversas e complexas) que elas trazem.

Após essa explanação, faremos um caminhar sob a teoria da mídiatização levando em consideração não somente o que Miège nos traz, mas cruzando-o também com outros autores da área, visto que a mídiatização é um processo que afeta o funcionamento de práticas dos diferentes campos sociais, inclusive o turismo, e seus processos de interação, que levam em conta a existência da cultura e de operações midiáticas. Veremos, então, como as TIC estão afetando as práticas turísticas, transformando o campo e fazendo inclusive uma nova forma de fazer turismo.

2 As TIC como um paradigma

A técnica é hoje difundida em todos os campos sociais, mas particularmente, de forma insistente e sempre renovada, na esfera da informação-comunicação. A pregnância dos discursos fundados no determinismo técnico é um entrave à compreensão daquilo que devemos à técnica no desenvolvimento desta área.

A partir de critérios técnicos baseados no fluxo digital, os profissionais começam por distinguir os serviços de acordo com a sua finalidade com uma categorização que parece retrospectivamente bastante completa: serviços de relacionamento, de consulta e de negociação, de entretenimento e lazer, de vigilância e controle.

Todo dispositivo técnico modifica em certa medida a comunidade e institui uma nova função que torna possível o advento de outros dispositivos técnicos. Ele se insere, portanto, nesta continuidade que não exclui a mudança, mas a estimula, porque as exigências estão sempre adiantadas com relação às realizações. As TIC são, ao mesmo tempo, técnicas de comunicação e mídias de um tipo novo, cujas eventualidades ainda estão em formação.

Elas não se desenvolvem independentemente umas das outras, mas tendem cada vez mais a reforçar sinergias e as complementaridades mútuas. Além disso, estabelecem relações complexas com o conjunto das outras mídias e das mediações sociais; desta forma, umas e outras não podem ser pensadas iso-

ladamente. As TIC, ao se diversificarem e ao se difundirem, conduzem à formação de usos novos e cada vez mais diferenciados.

Potencialmente, elas trazem consigo uma grande riqueza comunicacional, mas também uma grande complexidade de ordem técnica que não deve ser abordada, segundo Miège (2009), a partir de considerações abstratas ou proféticas. Ainda conforme o autor, os dispositivos são/serão configurações socio-técnicas destinadas a assegurar o desenvolvimento das TIC no tempo e dar bases reforçadas à mediação técnica da comunicação. Desta forma, devemos levar em conta o amplo crescimento da comunicação midiatisada quando nos dedicamos a analisar a contribuição do componente técnico na evolução das ferramentas e, sobretudo, nas práticas da comunicação.

Do ponto de vista das práticas da comunicação, Josiane Jouet (*apud* MIÈGE, 2009) observa que a mediação do objeto técnico conduz a uma tecnização da ação, que se identifica realmente no cumprimento de todas as atividades ordinárias pela interpretação das técnicas digitais.

Dessa forma,

Que as técnicas sejam por uma parte conteúdos sociais incorporados, que nossa cultura e, portanto, as representações sociais a ela ligadas tenham doravante mais ou menos integrado os princípios da lógica sequencial e da programação, que nossos atos de comunicação sejam cada vez mais mediatisados, e que nossas disposições cognitivas sejam cada vez mais impregnadas pela busca de eficácia e pela preocupação com a performance, nada disso nos impede de pensar as relações complexas entre o técnico e o social, particularmente em informação-comunicação (2009, p. 62).

Assim, lógicas sociais da comunicação são processos que atravessam toda a tecnologia. A comunicação midiatisada não está em ruptura com a comunicação comum; na verdade, elas mais se unem do que se eliminam. O que observamos atualmente é uma aceleração do tempo de circulação dos dados sobre os quais se estabelece a comunicação e uma recomposição tendenciosa dos espaços ligada à possibilidade de entrar em

todo momento em contato com o seu interlocutor. O processo de midiaticização da comunicação, então, não pode ser separado do funcionamento e administração social.

Cada vez mais vivemos em um mundo mais mutável, em que as tecnologias permitem recriar de maneira virtual a necessidade de se sentir em casa, de fazer parte de uma comunidade. Contudo, não há por que nos preocuparmos com a eliminação das antigas mídias, já que a telepresença não dissolve a noção de lugar, mas a retrabalha, misturando unipresença física e pluripresença midiaticizada (exemplo: teleconferência). Com isso, essas práticas não surgem com as novas mídias, mas trazem novas formas, sendo divulgadas de maneira nova pelas novas mídias.

Bernard Lamizet (1999) coloca que, ao mesmo tempo que as mídias são lugares não democráticos de comunicação e de informação, pelas formas de poder que se instauram no espaço público e pelas tendências ao monopólio que caracterizam a realidade da comunicação, também garantem a existência de lugares públicos de expressão e informação, condição necessária ao exercício de uma forma democrática da sociabilidade política.

Miège (2009), então, define as mídias como dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos, baseados cada vez mais no conjunto de técnicas (não mais a unicidade) que permite emitir e receber programas de informação, cultura e entretenimento, com regularidade ou, então, cada vez mais permanentemente, no contexto de uma economia de funcionamento que é própria da mídia.

Concluimos, com isso, que as TIC, associadas ou não entre si, são de certa maneira a base tecnomaterial das mídias, mas essas nada mais são que técnicas de relacionamento ou de inscrição no suporte. Por exemplo, a Net é, ao mesmo tempo, meio de comunicação (com o correio eletrônico ou chats), nova mídia (através dos sites participativos ou não) e mídia de comunicação para outras mídias (exemplo: suplementos digitais para a imprensa escrita ou continuação das transmissões dos *reality shows*). Porém, ela é mais baseada na linearidade e na escrita do que o esperado, pois seus procedimentos retóricos são emprestados dos procedimentos já em uso, como conversas telefônicas, pesquisa documental, editoração, etc.

Devemos nos preocupar, porém, é com a ampliação do domínio midiático, e devemos ter a expectativa de mutações importantes dos dispositivos sociotécnicos constitutivos das mídias e de sua economia de funcionamento. Não adianta analisarmos os dispositivos por si sós, mas precisamos olhar sob o seu contexto, suas práticas e como suas práticas vêm afetando a nossa sociedade, nossa maneira de ser. Esse conjunto complexo de ações da sociedade que crescentemente se estabelecem como processo interacional de referência, passando a abranger e direcionar os processos gerais anteriores, é o que entendemos por midiáticação.

3 Desenvolvendo a midiáticação

Se antes, na sociedade dos meios, estes eram apenas instrumentos e tinham o poder mediador para obtermos informações, hoje, na sociedade em midiáticação, a constituição e funcionalidade da sociedade estão atravessadas e permeadas por pressupostos e lógicas do que se denominaria a cultura da mídia.

Porém, este não é um conceito que surge de um dia para outro, e sim um processo que vai se construindo junto com a realidade na qual a sociedade está inserida, através de suas práticas. Neste novo cenário, a evolução tecnológica muito tem de influente, já que foi com o surgimento de novos meios de comunicação que ocorreram o derrubamento de fronteiras e o aumento da velocidade de deslocamento da informação, gerando, assim, um novo modelo mercadológico/econômico que intensifica a circulação, ou mercadização, conforme Miège. Desta maneira, os dispositivos técnicos, que tanto aborda Bernard Miège, na sociedade em midiáticação são articulações sociais, sendo a internet um novo paradigma, uma nova associação da sociedade.

Trata-se de uma nova forma de ambiente, sociedade da informação e comunicação, que, mediante tecnologia, dispositivos e linguagem, trata de produzir um outro conceito de comunicação em que as interações sociais estabelecem ligações sociotécnicas. Os modos segundo os quais a sociedade realiza, escolhe e direciona as possibilidades sociais abertas através dos

processos tecnológicos e operacionais de interação é que compõem a processualidade interacional/social que vai caracterizar a circulação comunicacional. Logo, a construção de vínculos, de modos de ser, do perfil social a que chamamos de realidade, mudam as práticas sociais em que estávamos inseridos.

O avanço da mediação sobre a sociedade, com efeitos também sobre o próprio mundo midiático, trata de reformular suas práticas, os contratos, seus dispositivos, suas operações e a própria problemática da produção de sentidos. Esta realidade sócio-técnico-discursiva força a constituição de uma nova interação entre mídia e receptor, expandindo de modo complexo as fronteiras, quase que eliminando-as, e introduzindo possibilidades de novos contratos de leituras na relação destes campos, e daí resultam novos modos de afetações que vão organizar suas relações.

A mídia é, então, entendida como um novo campo social (campo das mídias) que se funda em novas racionalidades com as quais realiza estratégias de produção de sentido, um lugar cuja organização e funcionamento incidem sobre os modos de viver a experiência e as interações sociais, hoje. Os campos sociais (política, religião, educação, turismo, etc.), que antes podiam interagir com outros campos por processos marcados por suas próprias lógicas, fazem de regras da mediação insumos para a construção de suas estratégias, seus produtos, suas identidades, sendo, assim, crescentemente atravessados por circuitos diversos (novas formas de interação). Também as agendas midiáticas afetam o mundo dos indivíduos, os quais, muitas vezes, estruturam seus esquemas identitários tendo como referência laços identificatórios propostos pela mediação. Ou seja, a vida e a dinâmica dos diferentes campos são atravessadas, ou mediadas, pela tarefa organizadora técnico-simbólica de novas interações realizadas pelo campo das mídias.

Assim, conforme Braga (2012), o estudo da mediação corresponde a estudar minuciosamente as experiências sociais de produção de circuitos e de dispositivos interacionais para, através das percepções aí obtidas, identificar os riscos, os desafios, as potencialidades e os direcionamentos preferenciais, procurando perceber como estão se encaminhando as mediações comunicativas da sociedade. Isso corresponde a dizer que,

na sociedade em midiatização, não são os meios, ou as tecnologias, ou as indústrias culturais que produzem os processos, mas sim todos os participantes sociais, sujeitos e instituições que acionam tais processos e conforme os acionam.

A midiatização, desta forma, é compreendida como um modo de organização que ultrapassa largamente as dimensões produtivas atribuídas ao clássico processo comunicacional. Ela é relacional e transversal, pois, além de incidir sobre seu próprio campo, afeta também os demais campos, bem como aqueles dos seus usuários. Com isso, produz mais que homogeneidades, na medida em que gera complexas operações de sentidos. Os mídias abandonam, então, a clássica posição mediadora, como falamos no início, ofertando aos mídias sentidos sobre um mundo externo. Neste contexto, as mídias não só se afetam entre si, mas também outras práticas sociais, no âmago do seu próprio funcionamento, como a educação ou o turismo.

Com a midiatização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade, produzindo ação interacional. Se antes a circulação era uma passagem e a preocupação era a consistência entre o ponto de partida e o ponto de chegada, agora, com os receptores ativos, esta circulação passa a ser vista como o espaço de reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação, “como resultado da diferença entre lógicas de processo de produção e de recepção de mensagens” (BRAGA, 2012), e mais tarde como “pontos de articulação entre produção e recepção” (FAUSTO NETO, 2010), com um receptor não somente ativo, mas operador/programador de seu próprio consumo multimidiático.

Resumidamente, podemos dizer que, se, na sociedade dos meios, a mídia era tida como uma representação, que estava a serviço de uma organização de um processo interacional e sobre o qual teria uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos, na sociedade em midiatização, esta mesma mídia é tida como inserção, pois a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnico-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade. Com isso, as mídias perdem o lugar de auxiliaridade e passam a ser referência

formadora no modo de ser da própria sociedade e nos processos de interação entre as instituições e os atores sociais.

4 TIC, midiatização e propaganda turística: um cruzamento

A comunicação há muito tempo descobriu o turismo como fonte econômica, ou seja, as atividades de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda também lucram com o “produto turismo”, tanto que fazem parte dos compostos de marketing turístico, um sistema plenamente mercadológico. Entretanto, o turismo não representa apenas o avanço econômico, como também o avanço social e educacional das localidades receptoras. Ele é uma atividade lúdica e gratificante para quem viaja e deve ser totalmente positivo para o meio ambiente do espaço geográfico onde se desenvolve a exploração turística.

Mas, por outro lado, o turismo também descobriu na comunicação um viés para seu desenvolvimento. O crescimento dos sistemas de comunicação aumentou o alcance dos interesses das pessoas em outras terras e outros povos. À medida que crescem os recursos de comunicação, crescem também a consciência e o interesse na viagem. Após os avanços tecnológicos, com novos dispositivos à disposição do turismo, este campo vem sofrendo profundas mudanças em suas práticas, inclusive no que se diz respeito à propaganda turística.

Sempre visto em termos operacionais, com ênfase no seu lado comercial baseado no consumo, o campo do turismo tem sido pouco analisado por uma perspectiva comunicacional, principalmente neste novo cenário de comunicação em que estamos inseridos e que viemos discutindo. Porém, o turismo é fundamental para se compreender a sociedade atual, ou seja, muitos aspectos de nossas relações sociais contemporâneas podem ser mais bem compreendidos através do fenômeno do turismo, que é multidimensional, e qualquer intervenção no sentido de analisá-lo deverá ocorrer de maneira globalizante. Dizendo-o de outra maneira, o turismo abrange componentes sociais, cultu-

rais, políticos, ecológicos, psicológicos, tecnológicos e econômicos, pressupondo um tratamento não parcial, que vai de acordo com a sociedade em midiaticização.

Desde meados do século XVIII, as tentativas de enlaçar o consumidor numa teia sugestiva de apelos para a aquisição tornou-se o propósito maior da publicidade em todo o mundo. Para que bens e serviços circulem em ritmo intenso, profissionais se esmeram em produzir mensagens cada vez mais atrativas, de maneira a enredar o leitor/consumidor em interações fascinantes e perturbadoras, através das propagandas.

Para atraírem cada vez mais o turista, os governos passaram a produzir materiais publicitários dos mais variados, sejam eles cartazes, catálogos, folders, novelas ou sites oficiais nos diferentes meios de comunicação (impresso, rádio, televisão, internet), que despertam a atenção do consumidor. O turismo, portanto, passou a fazer parte das políticas de Estado, tanto pelos dividendos que advêm do fluxo de turistas quanto pela valorização de seu patrimônio histórico, paisagístico, cultural. Afinal, como não se encantar com o mar azul de Fernando de Noronha? Ou com a arquitetura colonial de Ouro Preto e Salvador? Ou, ainda, com os deliciosos chocolates de Gramado?

Na publicidade há princípios que mais ou menos orientam esse modo de se chamar a atenção, despertar o interesse, estimular o desejo, criar a convicção e induzir à ação, como, aliás, se encontra na obra de Vestergaard e Schroder (2000). Tais elementos integram o *know-how* do fazer publicitário para se chegar a objetivos, e a eles invariavelmente se associam fatores psicológicos embutidos em cada peça publicitária, em que os desejos, sonhos e devaneios são, por assim dizer, acionados pelas estratégias comunicacionais para obter resultados satisfatórios para conhecer e se “extasiar” em algum destino – que é sempre apresentado em tons “paradisíacos”. Assim, o Estado utiliza a comunicação para atrair o consumidor a fim de torná-lo um consumidor de ambientes do paraíso.

Na sociedade da informação e comunicação, mediante tecnologia, dispositivos e linguagem que tratam de produzir esta outra comunicação em que as interações sociais estabelecem ligações sociotécnicas, os modos segundo os quais a sociedade realiza, escolhe e direciona o turismo através dos proces-

tos tecnológicos e operacionais de interação é que vão compor a processualidade interacional/social deste campo.

Assim, o turismo encontra através dos dispositivos tecnológicos novas formas de ser realizado. Se antes a divulgação deste campo era feita somente pelo Estado, ou empresas privadas que contratavam serviços específicos de divulgação, hoje, cada vez mais, ela vem sendo feita pela própria população, ou pelos usuários, turistas que visitam o lugar e que, pelos blogs, sites e redes sociais, tecem comentários e mostram fotos favorecendo ou não a localidade turística segundo suas experiências pessoais, podendo ressaltar ou denegrir a imagem dessa localidade.

Se antes as pessoas precisavam se dirigir até um local de venda para adquirir um produto turístico, hoje elas podem, por si sós, entrar em sites e páginas especializadas e efetuar toda a compra. Isso faz com que os profissionais deste campo também mudem com este novo ambiente, pois se os mesmos ficarem com a visão da antiga sociedade, logo serão “esmagados” pelos dispositivos tecnológicos. Começa a ser implantada uma nova forma de se fazer turismo, onde a venda não é mais o objetivo final, mas sim seduzir e encantar o turista para conhecer um destino, e isso se faz possível também com os novos dispositivos tecnológicos que vão surgindo.

Neste cenário, o avanço da midiaticização vem reformular as práticas turísticas, expandindo novas possibilidades de contratos de leitura. Com isso, os processos de midiaticização, como relações sociais interativas entre os diferentes campos através da mídia vêm aproximar ainda mais o turista da localidade a ser visitada, transformando-o não apenas num mero consumidor, mas também num propagador de opiniões. Pois, como observamos, os meios de comunicação estão mudando as práticas sociais e a discursividade dos sujeitos, provocando o seu deslocamento e a sua mudança de *status*. Desta forma, a mídia passa à condição de produtora dos sentidos sociais, influenciando diretamente na construção da identidade do sujeito, característica esta da sociedade midiaticizada; está no ar aquele novo modo de fazer turismo.

A propaganda turística, que tanto mexe com o imaginário do sujeito, utiliza as diferentes mídias para atingir o campo

social do turismo; por exemplo, colocar atores na novela visitando determinada localidade gera na mente do público o desejo de conhecer tal local, já que, como diz o ditado popular, “a massa segue a classe”, isto é, a publicidade turística divulgada por pessoas importantes visitando uma região particular produz inevitavelmente um crescimento de interesse na área, aumentando posteriormente a demanda por viagens a esses locais.

Podemos afirmar, então, que nesta nova sociedade midiatisada as tecnologias ou os meios não estão mais produzindo os processos, mas os próprios sujeitos e instituições que estão acionando esses processos. No turismo trabalhamos com sonhos, com um serviço intangível, no qual o receptor, ao interagir com o discurso veiculado, deve acreditar que está comprando o melhor produto que irá satisfazer suas fantasias.

Acreditamos, assim como Fausto Neto (2007), que a intensificação da midiatisação vem produzindo a expansão da própria autonomia do campo dos mídias. Enseja, entre outras coisas, que este campo dos mídias se torne uma espécie de organizador das relações entre os demais campos sociais, neste caso, o turismo, ao mesmo tempo que suas referências e estratégias passam a ser elementos constituintes dos processos de interação dos demais campos. Tal autonomia permite que o campo dos mídias chame atenção para suas próprias operações de produção de realidades e possa também regular, em termos de operações técnicas e discursivas, as possibilidades de transformação dos receptores em cogestores de suas práticas de sentido.

A midiatisação, desta forma, ultrapassa a linearidade da comunicação ou, em outras palavras, o clássico processo comunicacional. Ela incide sobre seu próprio campo, mas também afeta os demais, bem como aqueles de seus usuários, sendo, assim, relacional e transversal. Com isso, produz mais que homogeneidades, na medida em que gera complexas operações de sentidos, ofertando aos outros campos sentidos sobre um mundo externo. Neste contexto, as mídias não só se afetam entre si, mas também outras práticas sociais, no âmago do seu próprio funcionamento.

Atualmente, constatamos um número cada vez maior de pessoas, turistas, que, ao realizarem suas viagens, criam blogs, sites ou materiais do gênero para divulgar ou criticar os

locais visitados, de acordo com suas expectativas pessoais, se alcançadas ou não no decorrer da viagem. Estes viajantes estão se tornando peças articuladoras nas divulgações, propagandas, de destinos turísticos, pois já puderam perceber o quanto podem influenciar uma outra pessoa em relação a decidir que destino escolher, em que hotel ficar e até em que restaurante comer.

Pensando sob a ótica da comunicação no turismo, podemos observar como esses campos vêm se afetando, e não somente eles, mas também o campo político; afinal, o turismo é hoje uma das políticas do Estado. Verificar, então, como o governo está utilizando a comunicação para divulgar o turismo, como está sendo feita essa comunicação através da mídia, sob este novo ambiente em que estamos inseridos, é um de nossos objetivos a ser alcançado. Visto que cada vez mais as instituições estão utilizando as mídias em seu próprio benefício, será que o Estado, como instituição pública, também já atentou para a importância de uma boa comunicação em relação ao retorno turístico?

5 Considerações finais

Sabemos que o advento da tecnologia trouxe um novo cenário para a comunicação mundial, e, dentro deste, as técnicas da informação e comunicação (TIC) estão sendo foco da atenção de alguns estudiosos da área. Mas não devemos olhar esses avanços somente pelos seus novos dispositivos, mas devemos olhá-los acima disto, já que não nos interessa analisar somente as ferramentas técnicas que esta teoria nos traz, mas, acima disso, observar as transformações sociais, o que elas vêm afetando dentro das práticas de diferentes campos.

Assim, as TIC conduzem à formação de novos usos, cada vez mais diferenciados a cada momento em que se diversificam e se difundem, quebrando fronteiras que antes pareciam bem fixas. Desta forma, o dispositivo técnico vai modificando numa certa medida a comunidade, instituindo nela novas formas de se relacionar. Se antes a sala de aula era o único lugar de interação entre aluno e professor, hoje já vemos o fortalecimento do ensino a distância utilizando as mídias e os dispositivos tecnológicos para alterar o campo da educação. Desta forma, os

campos não se encontram mais isolados entre si, mas estão em um cruzamento intenso com o campo das mídias, através justamente dessa tecnologia da informação e comunicação.

Falamos, com isso, de um novo conceito que está sendo formado, o conceito da midiaticização. Com ele acontece uma aceleração da forma como a sociedade interage entre si. Saímos de uma comunicação linear em que nos preocupávamos com a consistência entre o ponto de partida e o ponto de chegada, para uma circulação sem bordas, com os receptores ativos, produzindo desvios pela apropriação da mensagem, sendo, portanto, um receptor não somente ativo, mas operador/programador de seu próprio consumo multimidiático. Isto produz zonas de afetação, fazendo com que a mídia ocupe o lugar de referência formadora no modo de ser da própria sociedade e nos processos de interação entre as instituições e os atores sociais.

E isto acontece com o turismo e suas práticas, que tendem a estarem sendo cada vez mais afetadas pelo campo das mídias. Como dissemos anteriormente, se este era um campo relativamente estagnado, em que se recorria à mídia somente para sua divulgação através das propagandas turísticas oficiais, hoje intensificam-se mais os blogs e sites de pessoas não especializadas na área para divulgar, de maneira positiva ou não, determinadas localidades de acordo com suas próprias experiências, criando, assim, um novo jeito de se fazer turismo. Trata-se de uma forma mais dinâmica e mais centrada no consumidor e na experiência pessoal, em que vender um destino hoje não é mais a questão, mas sim fazer com que os turistas o desfrutem da maneira mais prazerosa e diversificada possível, já que, possivelmente, este mesmo turista que foi receptor da localidade vai passar a ser o seu divulgador, propagador de opiniões centradas na sua experiência, fazendo com que a comunicação tenha uma circularidade, característica esta da sociedade em midiaticização.

Referências

BRAGA, J. L. Sobre “mediaticização” como processo interacional de referência. GT Comunicação e Sociabilidade. In: 15^o ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Bauru, junho de 2006.

- BRAGA, J. L.. Circuitos versus campos sociais. Paper (texto a ser publicado no livro **Mediações e Midiatização** – Compós). PPGCC UNISINOS, São Leopoldo.
- BRAGA, J. L. Interação como contexto da comunicação. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 21., 2012, Juiz de Fora/MG.
- CASTELLS, M. Internet e sociedade. In: MORAES, Denis de (org.). **Por uma outra comunicação** – Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- FAUSTO NETO, A. Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. **Revista Diálogos Possíveis**, Salvador: FSBA, ano 6, n. 2, jul.-dez. 2007.
- FAUSTONETO, A. A circulação além das bordas. In: **Mediatización, Sociedad y Sentido** – Diálogo Brasil-Argentina. Rosário: UNR, 2010.
- FAUSTO NETO, A.. Midiatização prática social, prática de sentido. Paper. In: Encontro da Rede Prosul “Comunicação e processos Sociais” UNISINOS, PPGCC, São Leopoldo, 2012.
- GOMES, P. G. Sociedade em midiatização: saudade ou esperança? Texto integrante do Relatório de Pesquisa “Midiatização da Sociedade ou sociedade em midiatização?”. Prof. Dr. Pedro Gilberto Gomes, sj; Rafael Roos. UNISINOS: São Leopoldo, 2010.
- GOMES, P. G. Da sociedade dos meios a sociedade da midiatização. Paper. PPGCOM/UNISINOS, São Leopoldo.
- LAMIZET, B. La Médiation Culturelle. **Paris/Montréal: L'Harmattan, 1999.**
- MIÈGE, B. **A sociedade tecida pela Comunicação:** técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social. São Paulo: Paulus, 2009.
- RODRIGUES, A. Experiência: modernidade e campo dos media. In: SANTANA, R.N.M. (org.). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo.** Teresina: Revan, 2000.
- SFEZ, L. **Crítica da comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 1994.

- SODRÉ, M. O globalismo como neobarbárie. In: MORAES, D. de. **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- VERÓN, E. El análisis de la mediatización. **Diálogos**, Lima: FELAFACS, n. 48, 1997.
- VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. Trad. João Alves dos Santos; trad. dos textos publicitários Gilson Cesar Cardoso de Souza. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

O enraizamento social das TICs na perspectiva de Bernard Miège

The social rooting of ICTs from the perspective of Bernard Miège

*Gilson Piber*¹

*Rosana Cabral Zucolo*²

RESUMO: Este artigo se desenvolve dentro de um espaço singular situado entre a linha de pesquisa sobre midiaticização e processos sociais e o pensamento de Bernard Miège. O foco das reflexões é midiaticização, comunicação e tecnologia neste século XXI, quando a sociedade, ambientada num universo digital proporcionado pelos avanços tecnológicos, depara-se com uma nova ambiência. Nela, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) consolidam e reforçam um lugar a ser pensado midiaticamente em torno dos aspectos de produção, consumo e inter-relação entre os indivíduos, suscitando problemáticas múltiplas e posicionamentos diversos.

PALAVRAS-CHAVE: Bernard Miège. TICs. Midiaticização. Processos sociais.

1 Radialista, jornalista, doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos/RS. Mestre em Ciências da Linguagem pela Unisul/SC. É jornalista da Rádio Universidade (UFSM) e professor adjunto do curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano (Unifra), em Santa Maria/RS. Email: gpiber@gmail.com. CV: <http://lattes.cnpq.br/5881450402090710>

2 Jornalista, mestre em Educação pela UFSM, doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos/RS, professora adjunta no curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano (Unifra), em Santa Maria/RS. Email: rosana.zucolo@gmail.com. CV <http://lattes.cnpq.br/7122784581094220>

ABSTRACT: This article develops within a unique space located between the line of research on mediatization and social processes and the thought of Bernard Miège. The focus of the reflections is on mediatization, communication and technology in this 21st century, when society, set in a digital universe provided by technological advances, is faced with a new environment. In it, Information and Communication Technologies (ICTs) consolidate and reinforce a place to be thought about around the aspects of production, consumption and interrelation between individuals, raising multiple problems and diverse positions.

KEYWORDS: Bernard Miège. ICTs. Mediatization, Social processes.

1 Introdução

Neste artigo, o foco das reflexões volta-se para o contexto da midiatisação, comunicação e tecnologia neste século XXI, quando a sociedade, ambientada num universo digital proporcionado pelos avanços tecnológicos, estrutura-se a partir de uma nova realidade onde tudo se une de modo complexo e cujas interações e interconexões estabelecem uma nova ambiência. Nela, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) consolidam e reforçam um lugar a ser pensado midiaticamente em torno dos aspectos de produção, consumo e inter-relação entre os indivíduos, suscitando problemáticas múltiplas e posicionamentos diversos.

É nesse ângulo que detemos nossa atenção, situando brevemente elementos que ajudam a compreender o pensamento de Bernard Miège nesta nova sociedade, considerando a perspectiva do campo da comunicação e os estudos sobre midiatisação e processos sociais.

A abordagem de Miège é a da Economia Política da Comunicação (EPC). Com uma visão sistêmica – e talvez justamente por conta dela seja possível a articulação dialógica –, o pesquisador ressalta a transversalidade da indústria da cultura, a fragmentação do espaço público e o enraizamento das TICs.

Para o autor, a comunicação seria um campo de estudo de articulação, porque pode entrelaçar áreas como educação, sociologia, história e, mesmo, engenharia. Trata-se de um pen-

samento que pode congrega não apenas os conhecimentos da academia, mas também aqueles advindos das várias esferas que atravessam a complexidade da comunicação, tais como a atuação profissional de jornalistas, analistas de mercado, agentes da indústria de entretenimento, entre outros. Miège recusa o empirismo segmentado, o redobramento disciplinar e o desenvolvimento de teorias generalizantes na pesquisa em comunicação, área que ainda não encontrou a sua identidade. E tece uma crítica ao dizer que o balanço da produção de conhecimentos no campo permite perceber “oposições lógicas, a diversidade dos níveis apreendidos e as contradições” e que, apesar de ter atingido certo nível de elaboração capaz de apreender a complexidade dos fenômenos que aborda, “o pensamento comunicacional não está unificado, nem pronto para se apresentar como tal” (MIÈGE, 2000, p. 129).

Segundo o autor, as pesquisas na área de comunicação são muito diversificadas e denunciam a volubilidade de seu objeto. Além disso, o fato da evolução do pensamento comunicacional estar ligada às tecnologias comunicacionais em desenvolvimento exige que se considere o caráter histórico da construção do pensamento comunicacional, para diferenciá-lo da noção de comunicação como fundamento do homem. Tal posicionamento faz com que Miège opte, deliberadamente, pelo desenvolvimento de teorias de médio alcance, pela adoção do método heurístico (a identificação das lógicas sociais de estratégias de comunicação, a lógica social da comunicação em torno da qual os atores sociais de qualquer natureza – dominante ou dominada, na terminologia do autor – são mais ou menos obrigados a organizar e a desenvolver suas atividades).

Não se trata, no entanto, de uma visão determinista, uma vez que os atores têm um campo relativamente aberto para atuarem. Entender as maneiras como isto se dá, segundo ele, deve ser feito na perspectiva histórica do longo tempo (longa duração), com o olhar sobre as lógicas estabilizadas, as continuidades, as mudanças “estruturais” que afetam as práticas sociais e culturais. Ou seja, o autor busca avançar pelos pontos que, muitas vezes, são preteridos nos estudos da comunicação, destacando a aliança que se estabelece entre o desenvolvimento técnico e os processos sociais durante a constituição temporal

de uma TIC. Daí a necessidade de centrar-se na esfera técnica, o que leva, portanto, a reconsiderar a importância da relação entre as redes técnicas e as redes sociais.

2 Comunicação, informação, TICs: interligações e desafios

Na perspectiva de Miège, o pensamento comunicacional está estritamente ligado às sociedades contemporâneas porque teve uma evolução considerável atrelada às inovações tecnológicas. O fato é que a comunicação, a partir, principalmente, do início do século XX, começou a incomodar os diversos atores sociais que responderam à provocação com uma avalanche de questionamentos. Considerando a ligação do saber comunicacional à dinâmica das sociedades contemporâneas e às inovações tecnológicas, não é possível deixar de mencionar o caráter histórico de tal saber. O pensamento comunicacional não é estático. Ele é o produto da história humana. Ao mesmo tempo, não é, segundo Miège (2000), uma criação constantemente renovável. Ele é profundamente marcado por suas origens, e as etapas pelas quais passou ao longo dos últimos 50 anos são particularmente esclarecedoras desse processo.

Miège situa a comunicação moderna, que denomina comunicação/informação, como uma articulação entre estes dois processos, permitindo trocas e perspectivas diversas e, por isso, não podendo ser considerada por si só. Para ele, a comunicação não se funde, mas faz parte da informação, estabelecendo-se uma relação entre uma e outra. “A informação que não é comunicada, que não tem canais de difusão, é a informação que não tem sentido” (MIÈGE, 2009a, p. 12). Já a informação não é a mesma coisa que conhecimento. Ela resulta de uma produção que visa a um público. Tal articulação/relação supera a visão ideológica ou manipuladora da comunicação, evidenciando também que a informação é meio de interação entre atores sociais. Tal relação é reforçada pelas TICs, permeando a sociedade e avançando no tempo³.

3 É o que autor denomina de “dupla mediação”, ou seja, a mediação é ao mesmo tempo técnica e social (MIÈGE, 2009, p. 46), questão esta a que voltaremos adiante.

Miège entende o conjunto das TICs, enquanto tudo aquilo que afeta a dimensão dos relacionamentos e das trocas entre os indivíduos, conforme mencionado anteriormente – e, ainda assim, não são chamadas a tomar o lugar dos meios que se implantaram ao longo dos últimos 150 anos. As TICs constituem um conjunto de inovações que se compõe pela digitalização de dados e o seu tratamento (prática cada vez mais ampla e crescente do ponto de vista quantitativo e de significação), o aperfeiçoamento da transmissão em rede dos sinais (capacidade cada vez maior de transmissão pela compressão dos sinais), pela miniaturização dos componentes, a ampliação da visualização e a possibilidade de modelizar os dados, incluindo todas as possibilidades de interação que decorrem destes processos. Para ele, o desenvolvimento das TICs fez com que os relacionamentos entre os atores se aperfeiçoassem, e, desde a segunda metade do século XX, as técnicas fazem parte da sociedade e de sua continuidade. Em outras palavras, “as TICs fazem parte da construção do social [...]”, contribuindo “à gestão das mediações em todos os campos sociais, sob o mesmo título que a mídia existente e as estratégias de comunicação das organizações” (MIÈGE, 2012). Elas colocam as pessoas em comunicação, ou seja, se trata de um processo que envolve tanto os dispositivos técnicos quanto os serviços desenvolvidos sobre eles, como, por exemplo, as redes telefônicas e a web 2.0. Para o autor,

Estamos em um momento em que as técnicas da informação-comunicação não merecem ser qualificadas como novas, pois estão presentes em grande parte da atividade da nossa vida privada, da vida pública, do espaço público e da vida profissional com uma maturidade, mesmo se ainda não for praticada pela grande parte da população. [...] essas técnicas estão em sinergia umas com as outras como, por exemplo, as que estão nas redes de comunicação técnica e se apoiam em muitas das ferramentas que utilizamos hoje: o computador, o telefone celular, todos os instrumentos de tomada de som (MIÈGE, 2009a, p. 12-13).

Na perspectiva do autor, o “conteúdo rede-ferramenta-conteúdo” (MIÈGE, 2009a, p. 12-13), representa as três categorias de técnicas que hoje são acessíveis. Miège lembra que através das técnicas são criadas novas mídias que não substituem as mídias já conhecidas com seus lugares e funções. “Essas técnicas de comunicação e informação tornam-se, de certa forma, maduras e oferecem-nos numerosas potencialidades, apesar de estarmos longe de utilizá-las todas” (idid.).

Na sua ótica, a comunicação-informação não teve início com o surgimento das novas técnicas da informação e da comunicação, tendo se originado anteriormente às estratégias de relações públicas nas empresas e à utilização da comunicação no desenvolvimento da educação à distância. Ainda assim, a informação-comunicação utiliza, atualmente, as técnicas de informação. E embora ela tenha a sua dinâmica própria, esta mesma dinâmica é reforçada pelo desenvolvimento das técnicas. Miège ressalta, também, que ações comunicacionais não são ações limitadas e minoritárias como há 30 anos. São ações que requerem um *know-how* dos profissionais de comunicação, como mencionamos anteriormente.

Desse modo, as transformações dos contextos sociais onde as técnicas de comunicação estão inseridas são desafiadoras para os pesquisadores no mundo contemporâneo. Um primeiro desafio da comunicação é assegurar os recursos estáveis e diversificados para a produção dos conteúdos; um segundo, enfatiza o pesquisador, são as modalidades de organização. Segundo ele, as mídias, de uma maneira ou de outra, em todos os países, conhecem as regulamentações, enquanto as novas mídias são pouco regulamentadas na atualidade. Isto evidencia haver uma enorme concorrência entre dois sistemas de regulamentação: de um lado, os direitos autorais e o *copyright*; do outro, a propriedade intelectual (associada aos *softwares*). Nada mais é gratuito, e uma “batalha feroz” está em disputa. Fica a dúvida: qual modelo de regulamentação vai imperar?

Miège (2009a, p. 14-15) ressalta um terceiro desafio: a questão da criatividade, da inovação. Para ele, “o multimídia é algo pouco criativo. Essa criatividade se exerce, sobretudo, nas relações, na interatividade, na maneira na qual pedimos essas trocas. Os conteúdos são pobres”. O pesquisador salienta que “é

preciso encontrar soluções, portanto, para garantir a criatividade, como outros experimentos que atuam hoje”.

Um quarto desafio consiste em limitar a hegemonia dos grupos que controlam os sistemas culturais e informacionais antigos e novos, uma vez que cada sistema é dominado pelo conglomerado das grandes empresas, o que evidencia ser o problema político e societário. Um quinto desafio é que, à medida que a produção da informação transborda, hoje, nos lugares legítimos, ela não é somente um efeito das indústrias jornalísticas. Nesse sentido, Miège (2009a, p. 15) observa que “é preciso colocar em aplicação e definir normas deontológicas” (sobre as escolhas dos indivíduos, quais são moralmente necessárias e servem para nortear o que realmente deve ser feito) “que se imponham a toda a produção profissional e a conteúdos de informação”. Diz, ainda, que o problema não é confiar toda a informação aos profissionais do jornalismo (hoje, isso é difícil, é fora de moda).

Um último desafio da comunicação conforme Miège, é a questão da diversidade informacional e cultural que se manifesta de modo assimétrico diante das diferenças entre os mercados internacionais, onde alguns países são muito mais poderosos do que outros. E considerando que novos dispositivos podem surgir, a tendência das TICs é reunir-se e coordenar-se com os meios já existentes, segundo modalidades que dependerão, sobretudo, de estratégias dos (poderosos) grupos de comunicação transnacionais.

3 A dupla mediação e o enraizamento social

O autor propõe a expressão “comunicação midiaticizada” para introduzir o papel das TICs nos processos de comunicação, estabelecendo uma distinção entre ela e a comunicação mediada. A primeira configura novos sistemas de comunicação em que os atores são múltiplos, diversos e estratégicos a esse novo processo, enquanto a comunicação mediada é um fenômeno anterior e presente na sociedade em diferentes instâncias. A comunicação midiaticizada é muito mais ampla e complexa, capaz de configurar novos sistemas de comunicação e complexas ca-

tegorias de usuários como atores estratégicos desse novo processo. A expansão da técnica leva a novas práticas sociais, como já referimos antes, e onde a produção de conteúdo se expande para outros públicos antes sem acesso às tecnologias, deixando de ser atribuição apenas dos grandes conglomerados de mídia. Nessa perspectiva, podemos dizer que as TICs possibilitaram que um maior número de pessoas pudesse gerar conteúdos e ser vistas, ao mesmo tempo em que ampliaram a possibilidade de acesso a informações diversas.

Miège aponta a web 2.0 como um fenômeno comunicacional peculiar da comunicação midiatisada, pela sua capacidade de apreender e incluir o processo de recepção e da relação entre os receptores. Ou seja, uma mesma rede serve a todos de modos diversos. Para uns, é instrumento de trabalho, para outros, lazer, ou ainda espaço público, ou tudo ao mesmo tempo. “É isso que seduz nas TICs. É o que faz com que pessoas sem formação técnica, como as crianças, a dominem. Somos autodidatas no uso das ferramentas da comunicação” (MIÈGE, 2012). Por outro lado, elas modificaram a própria mídia tradicional, que necessitou adaptar-se para atender uma sociedade conectada e com altos níveis de mobilidade.

Para Miège, o estudo das relações com as TICs exige considerar a dupla mediação e o processo de enraizamento social. A dupla mediação significa dizer que a cada tecnologia inventada (descoberta) se segue uma adaptação de uso social, concebido a partir de uma prática preexistente – que será melhorada – ou da satisfação de uma necessidade criada por um novo mercado. Ou seja, é necessário analisar os desenvolvimentos técnicos a partir de suas determinações sociais. São estes que asseguram o enraizamento social ao atribuir funções à tecnologia.

Segundo ele, entre o surgimento de uma nova técnica e a sua ampla disseminação e uso há um espaço de cerca de 20 anos. Nesse tempo, os *early users* dividem a tecnologia com outras pessoas, resultando, não raro, em usos diferenciados daqueles planejados inicialmente. Daí a afirmação do autor de que os usos de uma tecnologia só podem ser entendidos no longo prazo.

O autor distingue os *usos* das *práticas sociais*. Os *usos* são as utilizações inventadas nas TICs e são denominadas so-

ciais porque atingem diversos indivíduos de um mesmo modo, constituindo categorias de uso. Sua marca é o tempo curto correspondente a cada dispositivo. Já as *práticas sociais* de informação e cultura não se limitam às TICs e correspondem a tudo aquilo que tem uma duração mais longa e cuja modificação depende dos *“habitus culturais*. Elas variam em função das determinações sociais e culturais próprias a determinadas classes de indivíduos” (MIÈGE, 2012). Assim, o que caracteriza a mediação e o enraizamento social é o fato de que a sociedade determina o desenvolvimento técnico que é constantemente aperfeiçoado por uma ação social. Tal enraizamento social depende, segundo Miège, de sete processos centrais: a informacionalização; a promoção das tecnologias e das redes como fator dominante ao conteúdo; a modificação e a expansão dos sistemas midiáticos com a conseqüente ampliação do seu domínio; e o controle transnacional do fluxo de informação e comunicação. São processos que se complementam e não se excluem, uma vez que o enraizamento social de uma TIC depende do tempo de desenvolvimento da técnica e de acesso pelos usuários e está vinculado a processos sociais desencadeados pelo contínuo desenvolvimento da sociedade com as tecnologias de informação e comunicação. Assim, temos de modo sintético:

1. A informacionalização ou o aumento na oferta de informações. Ou seja, “um processo ou uma lógica social da comunicação que se caracteriza pela circulação crescente e acelerada dos fluxos de informação” editados por profissionais da comunicação no âmbito de empresas desta natureza, como as produzidas por leigos ou técnicos cujo fluxo circulatório era, anteriormente, restrito (MIÈGE 2009b, p. 68). Tal processo é potencializado pelas atuais ferramentas midiáticas como os blogs, os fóruns e os chats. Por outro lado, o alargamento da oferta não leva, necessariamente, a uma abundância comunicacional, seja porque “a disponibilidade da oferta não dá necessariamente lugar a consumos e usos homotéticos”, seja porque obedece a regras mercadológicas e, em parte, a modalidades industriais (MIÈGE, 2009b, p. 78). Afirma o autor:

O processo de informacionalização não se desenrola no contexto permissível e quase libertário que os promotores de redes dizem sempre ter buscado; ele é objeto de um controle social, de uma vigilância regular e mesmo de operações de censura. [...] Devemos nos perguntar se o controle da informação circulante a partir dos locais de trabalho, com fim de proteção e segurança, e de vigilância dos funcionários, não está tomando uma proporção desmedida em muitas organizações, o que justificaria uma real visibilidade social e sem dúvida, uma regulação cuidadosa (MIÈGE, 2009b, p. 79).

2. *A midiáticação da comunicação* enquanto processo que implica aquisição de competências comunicacionais por parte dos usuários, as quais são adquiridas através dos usos, marcadamente individualizados na sociedade atual. Tal midiáticação responde pela maior presença de tecnologia nas relações de comunicação - fala-se dos e-mails, das notícias na internet, no rádio e no vídeo na web, entre outras inovações. Tais tecnologias se somam às já existentes, revelando que os modos anteriores da comunicação midiática não deixam ou deixarão de existir.
3. *A ampliação da esfera midiática* através da pluralidade de dispositivos através dos quais os meios de comunicação distribuem os seus conteúdos. Em tal processo destaca-se a concorrência enfrentada por estes meios diante dos serviços originados a partir das novas TICs. Ganham importância e complexidade, neste cenário, os portais de internet e a expectativa dos consumidores diante dos novos meios face à comunicação, que antes era quase unidirecional. Há a possibilidade dos usuários se revelarem através de práticas midiáticas interativas e menos dirigidas. No entanto, não há nesse processo a substituição dos meios de comunicação de massa pelos serviços de acesso individual à informação.
4. *A mercantilização das atividades comunicacionais* traduzida pela possibilidade de instituir um mercado que

cobre do usuário final as práticas de comunicação que seriam gratuitas em outras esferas afastadas de determinadas modalidades tecnológicas. Neste processo, as atividades de informação-comunicação são tratadas diferenciadamente e as TICs aparecem como fator central do avanço regular da ordem mercante nas atividades que envolvem a cultura, a informação e a comunicação, ainda que a sua dinâmica não se limite a elas.

5. *A generalização das relações públicas.* Este aspecto surge com a aproximação dos recursos tecnológicos aos diferentes estratos profissionais, de modo que os departamentos de relações públicas das empresas sejam alçados ao status de produtores de conhecimento e informação de credibilidade reconhecida. Comunicar passa a ser uma obrigação que assegure a vitória sobre a concorrência ou a visibilidade necessária no espaço público.
6. *A diferenciação das práticas sociais.* Para Miége, este processo revela que as práticas originadas pelos usos sociais das novas TICs não significam o abandono de práticas anteriores decorrentes de outras tecnologias. As práticas sociais acionam um sistema de identificação sociossimbólico que torna possível diferenciar social e culturalmente ações cotidianas como, por exemplo, acessar receitas culinárias na internet durante o preparo de um jantar; assistir a um filme na tela do computador, acessado o player ou, ainda, ler as notícias do dia no smartphone durante o trajeto do metrô. Outro aspecto importante a ser considerado, segundo o autor, é que as tecnologias não vão reordenar as coisas. A existência de diferenças nos acessos às tecnologias continuará tanto quanto as diferenças nos usos, uma vez que a estratificação no acesso não é tão facilmente rompida. Tal estratificação corresponde tanto aos jogos entre indivíduos economicamente distintos quanto às diferenças geracionais de pessoas e aos usos dados às tecnologias. Enquanto os jovens usam os chats e os sites de relacionamento para desvios sociais – as TICs tanto servem tanto para forta-

lecer suas redes sociais quanto para seu isolamento –, as pessoas adultas tendem a usá-los de modo mais próximo, vinculando-os às suas práticas cotidianas.

7. *A circulação dos fluxos e transnacionalização das atividades infocomunicacionais*, indicando uma interdependência entre a globalização e as TICs. O avanço do comércio é assegurado pela produção de um discurso próprio que o acompanha e dá suporte. Os discursos de acompanhamento são discursos societais elaborados não apenas pelas agências de publicidade e marketing e difundidos não somente pelas mídias. Tais discursos não são novos, e sim regularmente repetidos de modo flexível. Isto faz com que eles constituam hoje o sintagma da sociedade da informação, estabelecendo sentidos (crença numa dimensão mundial) e se inscrevendo na duração, mobilizando a sociedade civil para a adesão a eles.

Ao referir estes sete processos sociais, que são também lógicas sociais da comunicação inscritas nas técnicas e cristalizadoras de uma série de representações e estratégias sociais, Miège coloca para reflexão a complexidade desta codeterminação (entre técnica e social) que está na origem do surgimento e do desenvolvimento das TICs. Para ele, mais do que buscar investigar acerca da eficiência comparativa entre as técnicas, trata-se de ver o conjunto de relações de dependência recíproca e de atravessamentos entre campos. E defende ser necessário avaliar de que modo as mudanças das técnicas impregnadas nas formas de organização e das práticas sociais “atingem, além de nossos comportamentos, nossos modos de pensar e de agir e, particularmente, nossas relações com os modos de inscrição da informação e dos conhecimentos” (MIÈGE, 2009b, p. 220).

As principais interrogações que o autor diz permanecerem em aberto consistem em saber se:

- a) A maturidade e difusão das TICs estarão limitadas apenas ao aspecto da extensão e diversificação dos conteúdos ou constituirão sistemas relativamente integrados e através dos quais as nanotécnicas poderão se difundir?

- b) A interpenetração das TICs e das mídias tradicionais não estaria já em curso ou sendo executada?
- c) Como projetar e praticar metodologias adequadas a inscrições temporais diferenciadas – de um lado, as mudanças sociais e técnicas (inscrites na curta duração) e, de outro, as mutações dos campos e aparatos, inovações de ruptura e de produtos (dependentes da longa duração)?
- d) Como abordar a autonomia das práticas sociais em sintonia com as TICs, na perspectiva filosófica da individualização ou do ponto de vista da constituição de um novo modelo de ação comunicacional no espaço público?
- e) No que a multiplicação das informações disponibilizadas e a velocidade de produção das mesmas colocam em xeque a sua confiabilidade, a legitimidade das fontes e o funcionamento do espaço público político?
- f) Como avaliar as chamadas “inovações ascendentes” na sua relação com produtos com finalidades coletivas ou serviços comunitários?
- g) As TICs poderão propiciar debates sociais e cidadãos em diferentes contextos nacionais?

4 O diálogo possível

Neste item, buscamos identificar possíveis intersecções entre as reflexões de Miège e as reflexões desenvolvidas no programa de pós-graduação, que se concentra nos processos midiáticos, focando o campo das mídias, os sistemas eletroeletrônicos de comunicação e as demais esferas implicadas nas interações sociais tecnologicamente mediadas.

As lutas pela visibilidade não são externas à problemática da midiaticização, como afirma Thompson:

Ela não é simplesmente um veículo através do qual aspectos da vida política e social são dados a

conhecer às outras pessoas: ela, a visibilidade midiática tornou-se em uma das principais alavancas através das quais as lutas sociais e políticas são conduzidas e articuladas (THOMPSON in FAUSTO NETO, 2006, p. 56).

O surgimento de uma nova visibilidade está definitivamente relacionado a novas maneiras de agir e interagir trazidas com a mídia. Talvez mais que isso, a midiatização e suas processualidades – técnicas, sociais, discursivas – dão forma ao modo de existência às práticas de outros campos sociais. A midiatização é processo e fim, fazendo junções e acoplamentos. Pergunta-se então: e o controle de seus efeitos? Não se sabe *a priori*. Enquanto ambiência e processo, está no meio das lutas de produção de sentidos dos campos sociais, e sem elas não pode, inclusive, transformar o proibido em semivisível. Ou então, semimostrável (FAUSTO NETO, 2006, p. 55-56).

Braga (2006) reflete sobre uma das consequências significativas da midiatização, que é um atravessamento dos campos sociais estabelecidos, gerando situações indeterminadas e experimentações correlatas (efeitos). Ele assinala a importância da invenção social para a tecnologia, sinalizando com a perspectiva de uma circulação em fluxo contínuo como aspecto relevante da sociedade em vias de midiatização. Em outras palavras, para este autor, são as demandas sociais que proporcionam as invenções sociais e o avanço tecnológico, não o inverso. E refere características gerais relacionadas à midiatização como base para o desenvolvimento de questões investigativas sobre comunicação, considerando que os processos da midiatização são a base das mediações comunicativas da atualidade.

Vemos aqui uma aproximação entre o pensamento de Braga e de Miège. Conforme Miège, o técnico e o social são inseparáveis. Para Braga, o desenvolvimento técnico, constantemente aperfeiçoado por ações sociais, caracteriza a mediação e o enraizamento social, como foi explicitado anteriormente.

Para Miège, o processo de midiatização tem reforçado a centralidade da comunicação midiatizada no contexto da sociedade da informação. Neste cenário, são as ações comunicacionais que determinam os rumos das inovações, cuja concep-

tualidade é necessária para dar conta da sua assimilação. A tese de Miège sustenta que o processo de midiatização está no centro dos questionamentos e problematizações há pelo menos duas décadas.

Na midiatização, foram construídas esperanças assim como os temores, as escatologias e as promessas utópicas, as apostas e apreciações depreciativas (em decorrência do reino da velocidade, da fragmentação e da espetacularização, etc.), os julgamentos morais (que visam as possibilidades de abertura ao mundo a ser legado a nossas crianças) e as prevenções perante a técnica, assim como as previsões sobre as vantagens tecnológicas (facetas possíveis da interatividade e do modo multimídia), e ainda as proposições sobre a superioridade dos dispositivos tecnológicos mais recentes, que afirmam que estes tomarão o lugar dos meios de comunicação de massa ainda disponíveis (MIÈGE, 2012).

Miège abre em suas proposições a perspectiva da web 2.0 como um fenômeno comunicacional típico da comunicação midiatizada, por meio de sua capacidade de apreensão e inclusão do processo de recepção, e da relação entre receptores. Isto remete a outro conceito caro à linha: o de circulação. Nessa direção, Fausto Neto toma como ângulo os processos crescentes de midiatização da sociedade e parte da hipótese segundo a qual a existência de novos processos de circulação de mensagens e, de modo especial, de produção de sentidos, organiza uma nova arquitetura comunicacional, afetando as condições de vínculos entre produtores e receptores, ensejando novos modos de interação entre instituições, mídias e atores sociais. Propõe, ainda, que mutações envolvendo os dispositivos de circulação afetam não só modelos com os quais se examinam práticas comunicacionais e as condições de suas manifestações de sentido, como o próprio âmbito da investigação acerca dos estudos de uma temática que se desloca da “sociedade dos meios” para as “sociedades em vias de midiatização”. As novas condições de circulação afetam as lógicas de instituições produtoras e sujeitos-receptores.

Ferreira (2012) propõe a reflexão sobre o indivíduo nos processos de midiaticização, sugerindo que este objeto é produtivo para a diferenciação entre midiaticização e processos sociais outros, incluindo a própria configuração do ator midiático, tal como denomina Verón, proposto como categoria diferencial para a investigação da midiaticização.

Para Gomes (2011), a trajetória da sociedade das mídias à sociedade em midiaticização é um processo lento e gradual que se desenvolve em dois eixos profundamente interligados: o eixo do tempo e o eixo da dimensão qualitativa. Para o pesquisador, “o objetivo é manter a diversidade – em particular, conservar, garantir esse aspecto particular dos produtos culturais informacionais, que não são mercadorias como as outras, mesmo que sejam vendidos”.

Neste cenário de discussões, consideramos que a relevância da perspectiva de Miège está na tentativa de enlaçar e combinar os níveis “macro” e “micro” da análise num mesmo movimento de compreensão do real. Estudar a dimensão política, econômica e social das atividades infocomunicacionais que implicam inovações e experimentações de novos suportes e ferramentas e, ao mesmo tempo, não perder de vista a articulação entre as TICs e a produção de mensagens e sentido, assim como o “enraizamento” social das tecnologias expresso pela atividade dos usuários-consumidores no aperfeiçoamento desses novos suportes e ferramentas.

Ele defende, e nós concordamos, que as problemáticas transversais e parciais devem ser consideradas fundamentais na relação informação-comunicação.

5 Algumas considerações

As TICs têm um valor revolucionário e um alcance definitivo que vai além do processo informativo e de entretenimento, gerando novas práticas sociais e uma ambiência social complexa. Cada vez mais, os estudos do campo da comunicação exigem que se observem os modos de interação e o conjunto de interconexões que perpassam os meios em suas singularidades, transformando o modo de viver e de ser na sociedade.

O que Miège deseja mostrar são os fatores que levam os indivíduos a se apropriarem das tecnologias, incorporando-as ao seu cotidiano, num processo que muitas vezes implica a combinação da reconfiguração de novos usos para as ferramentas e a criação de novos hábitos e atitudes sociais. Esta perspectiva também é estudada por Braga e Gomes.

A série de processos, que caracterizam as transformações sociais na atualidade, passa pela informacionalização, a midiaticização da comunicação, a ampliação do domínio midiático, a mercantilização das atividades comunicacionais, a generalização das relações públicas, a diferenciação das práticas e a circulação dos fluxos e a transnacionalização das atividades infocomunicacionais, como dissemos anteriormente. Eles se constituem em objetos de estudo tanto para o campo da comunicação quanto da informação e podem estimular a busca do desenvolvimento teórico, assim como passar a exigir uma constante revisão de referenciais teóricos e empíricos. E isto decorre da focalização central nas sociabilidades e em recursos que permitem o compartilhamento e a produção de sentidos, a representação, o armazenamento, a disseminação e a circulação das informações, e também as tecnologias, modelos, padrões, estratégias e infraestruturas que sustentam e apoiam tais processos. Tais objetos comportam interfaces relevantes que impõem reflexões em zonas teóricas de interseção que desafiam os pesquisadores desses campos.

Ao mesmo tempo, abordar tal complexidade exige muito cuidado. Fazem-se necessárias leituras apuradas das bases teóricas em ambos os campos com vistas a identificar as fronteiras inerentes às especificidades, e sem que isto embace a visualização das zonas de interligação através das quais se torna possível experimentar o trânsito e a confluência de pontos de reflexão que apontam para a interdependência entre os objetos de estudo. Isto tornaria possível o diálogo entre as formulações científicas desses dois campos.

É possível dizer ainda, numa perspectiva epistêmica, que os fatores sociais, políticos e tecnológicos que envolvem as bases científicas desses campos podem também favorecer a ampliação dos debates destas áreas com outras áreas do conhecimento, à medida que as afetam ou mesmo as fazem emergir, enquanto decorrência desses novos marcos históricos. Situamos aqui a questão do

digital, cuja “fratura”, usando as palavras de Miège, faz parte das mutações em andamento e implica e exige novas investigações no âmbito dos diversos campos afetados por ela.

Referências

- BRAGA, José Luiz. Sobre mediatização como processo interacional de referência. Artigo apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade. In: XV ENCONTRO DA COMPÓS, UNESP, Bauru, São Paulo, junho de 2006.
- FAUSTO NETO, Antonio. Será que ele é? Onde estamos? A mediatização de um “discurso proibido”. **Revista Ícone**, PPGCom/UFPE, v. 2, n. 9, p. 41-60, dez. 2006.
- FERREIRA, Jairo. As perspectivas de Bernard Miège. **Midiaticom**. Jan. 2012. Disponível em: <<http://www.projeto.unisinos.br/midiaticom/index.php?sessao=novidades>>.
- GOMES, Pedro Gilberto. Da sociedade dos mídias à sociedade em mediatização. **IHU on-line**, 357, ano XI, 2011. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3769&secao=357>. Acesso em: 10 dez. 2014.
- MIÉGE, Bernard. **O pensamento comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- MIÉGE, Bernard. O pensamento comunicacional na contemporaneidade. **Textos em Contexto**, São Paulo: Líbero, v. 12, n. 23, p. 9-18, jun. 2009a.
- MIÉGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social**. São Paulo: Paulus, 2009b.
- MIÉGE, Bernard. **Questionnement de la sociologie des usages comme voie privilégiée de l’approche des TIC**. Communication au Congrès de l’AISLF (GT 13: Sociologie de la communication), présentée le 08-07-2008, diffusée sur le site du GT13: <http://w3.aislf.univtlse2.fr/gtsc/DOCS_SOCIO/istambul/Actes_AISLF_GT13_Istanbul_2008.pdf>.

- MIÉGE, Bernard. As indústrias culturais e mediáticas: uma abordagem sócio-econômica. **MATRIZES**, n. 1, p. 41-54, 2007.
- MIÉGE, Bernard. Entrevista a Thamiris Magalhães. Tradução Benno Dischinger. IHU online, 390, ano XII, 30/04/2012. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4392&secao=390>. Acesso em: 12 maio 2012.
- THOMPSON, John B. La nouvelle visibilité. Réseaux, Paris: Lavoisier, n. 129-130, p. 59-87, 2005.

Uma perspectiva sociotécnica das tecnologias da comunicação e informação e sua importância na constituição de uma sociedade midiaticizada

A socio-technical perspective on information and communication technologies and their importance in the constitution of a mediaticized society

Marcelo Salcedo Gomes¹

RESUMO: O presente artigo discute a fundamentação sociotécnica das TIC na configuração da comunicação midiaticizada contemporânea à luz do pensamento de Bernard Miège. A partir da

1 Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, com estudos na linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais. Mestre em Ciências da Comunicação pela mesma universidade, com estudos na linha de pesquisa Midiaticização e Processos Sociais. Bacharel em Jornalismo e Fotografia Instrumental pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Tem experiência nas áreas de fotojornalismo, fotodocumentarismo, teorias da comunicação, semiótica, midiaticização, fotografia publicitária e ensino de fotografia. Em sua pesquisa de mestrado, investigou a natureza comunicacional do contato viabilizado pela visualização da fisionomia e presença humana nos retratos da revista *National Geographic*, no contexto de uma sociedade em processo de midiaticização. No doutorado, pesquisa o rosto como qualidade comunicacional da tecnocultura. E-mail: salcedogomes@gmail.com. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0758076748802398>

definição de alguns conceitos como mídia e inovação, problematizamos a pregnância dos discursos tecnodeterministas e a supervalorização de uma espécie de comunicação experimental viabilizada por atores sociais considerados revolucionários, mas que, quando submetida a uma análise empírica, mostra-se frágil. As tecnologias convertidas em meios parecem estar se encaminhando mais para a complementação do modelo comunicativo tradicional do que para lhe causar rupturas radicais.

PALAVRAS-CHAVE: Midiatisação. TIC. National Geographic. Dispositivo midiático.

ABSTRACT: This article discusses the socio-technical foundation of ICT in the configuration of contemporary mediated communication in the light of the thought of Bernard Miège. Based on the definition of some concepts such as media and innovation, we problematize the impregnation of techno-determinist discourses and the overvaluation of a kind of experimental communication made feasible by social actors that are considered revolutionary, but, when it is submitted to an empirical analysis, it proves to be fragile. The technologies converted into media seem to be moving more towards the complementation of the traditional communicative model than to cause radical ruptures in it.

KEYWORDS: Mediatization. ICT. National Geographic. Media device.

1 Introdução

Contrariando um bom número de estudos realizados no Brasil, os quais assumem as chamadas “novas mídias” (ligadas principalmente a tecnologias digitais) como protagonistas na realização dos processos comunicativos contemporâneos, Bernard Miège (2009) considera que há uma certa euforia por parte de tecnólogos, representantes da indústria e do *marketing*, determinados atores sociais e pesquisadores de diversas áreas (informática, economia, administração, etc., e mesmo da comunicação) ao realizarem seus prognósticos, muito mais com base em suas próprias crenças e esperanças do que na análise empírica dos fatos.

Miège nos alerta que, durante as últimas três décadas, alguns teóricos têm apostado suas fichas naquilo que denomina “tecnodeterminismo”, ou seja, na proliferação de discursos sociais que atribuem os problemas da comunicação/informação² às questões técnicas, como que acreditando que as “inovações” pudessem garantir uma espécie de revolução tecnológica e comunicacional que, por sua própria constituição, poderia arrastar a reboque processos e práticas sociais. De forma ponderada e consistente, Miège argumenta que as próprias concepções do que sejam estes “novos meios de comunicação”, tanto para as correntes francófonas denominadas TIC (*Techniques de l’Information et de la Communication*) quanto para as de origem anglo-saxônica chamadas *New Media*, parecem confusas e imprecisas. O que, de fato, definiria as TIC como mídias novas? Em que diferem das “antigas”, como TV, rádio, jornais, etc.? Há evidências de que suplantarão as mídias tradicionais?

Parece haver, mesmo depois de diversos profetas da “era da informação” terem recorrentemente se equivocado em suas previsões, uma insistência na ideia de uma sociedade que se (re)estabeleceria através da tecnologia de conexão em rede, que provocaria um novo comportamento social compartilhado, uma nova política participativa e, conseqüentemente, um novo tipo de economia baseada na confiança e na interação permanente entre os agentes conectados. Por mais que nossos interesses pessoais não estejam ausentes, este futuro que nunca chega demonstra a pregnância do louvor às técnicas comunicacionais, que se apresenta de forma sedutora e assimilável nos diversos campos sociais, como publicidade, jornalismo, educação, cibernética e tantos outros.

É verdade que as críticas não faltam: tanto as reações morais de Jaques Ellul contra o “blefe techno-

2 Bernard Miège defende que a comunicação e a informação configuram o objeto de estudo de um campo específico das ciências e não devem ser estudadas separadamente. “As significações de Informação e de Comunicação que circulam são múltiplas; há termos plurissemânticos cujo significado é intrincado e confuso. Mas, para ir ao essencial, deve-se reter que a informação representa o conteúdo que é difundido através dos canais e utensílios de comunicação. Isso é assim desde a civilização suméria, e os primeiros tablettes de argila reproduziam textos administrativos” (MIÈGE, 2012, p. 35).

lógico” ou de Régis Debray contra a videosfera, quanto toda uma série de críticas mais fortemente argumentadas, tais como as que desconstruíram o profetismo afirmado de Pierre Lévy pelas tecnologias da inteligência (MIÈGE, 2009, p. 27).

Da mesma forma, as visões sociológicas sobre a comunicação estão mais interessadas nos processos de interação entre os atores sociais do que na comunicação midiática, o que, a rigor, não seria o foco de nossas investigações, tendo em vista que esta problemática se constitui em questões próprias de disciplinas como sociologia e antropologia. Fundamentar nosso olhar somente sobre a sociabilidade e a interação pode ofuscar o objeto da comunicação naquilo que é autêntico: os processos midiáticos.

A proposta de Miège (2009) é tentar (re)posicionar o técnico em relação aos fundamentos sociais. Para ele, a comunicação/informação não se resume às TIC, mas a reformulações sociotécnicas. Trata-se da hipótese da dupla mediação, ou seja, “o resultado de uma inter-relação entre o técnico e o social”.

[...] é ao mesmo tempo técnica, pois a ferramenta utilizada estrutura a prática, mas a mediação é também social, porque os motivos, as formas de uso e o sentido atribuído à prática se alimentam no corpo social (JOUËT *et al. apud* MIÈGE, 2009, p. 46).

Neste artigo, nos propomos fazer uma análise crítica dos discursos deterministas, tanto técnico quanto sociológico, à luz das perspectivas de Miège (2009). Simultaneamente, intentamos verificar como as TIC adotadas pelo grupo de comunicação National Geographic³ têm afetado os usos e práticas sociais

3 A marca National Geographic refere-se a um conglomerado midiático gigantesco que, além de seu periódico oficial, a *National Geographic Magazine*, possui outras seis revistas, programas de TV, canal próprio de TV a cabo, projetos específicos para escolas, websites, livros, DVDs, músicas, programas de rádio, mídias interativas, perfis em redes de relacionamento como Twitter e Facebook, YouTube, exposições e mais uma série de produtos que se renovam a cada dia, tudo isto sob a responsabilidade de sua mantenedora, a National Geographic Society. Não restam dúvidas, portanto, de que se trata de uma instituição midiatisada, operadora de diversos dispositivos comunicacionais que potencializam a

consolidadas pelas mídias tradicionais, como revistas impressas e canais de TV. Através da observação dos perfis da instituição no Facebook e no Twitter, buscamos traços daquilo que alguns teóricos vêm chamando de “convergência”. Quais seriam as marcas desta convergência? Ela se configura como um novo tipo de comunicação?

Partimos da definição de alguns conceitos que estamos utilizando, os quais, na falta de consenso entre os pesquisadores brasileiros, acabam ganhando sentidos diversos e, às vezes, conflitantes, que dissipam o entendimento. Em uma interlocução com os pensamentos de Miège, materiais empíricos são mobilizados a fim de ilustrar nossos argumentos de que há, em parte dos estudos de comunicação, a supervalorização de uma espécie de comunicação experimental viabilizada por atores sociais considerados revolucionários, mas que, quando submetida a uma análise empírica, mostra-se frágil. Apesar do comportamento destes tecnófilos ser considerado antecipatório, algumas pesquisas sérias demonstram que muitos dos casos estudados como precursores de um novo tipo de comunicação configuram-se como exceções e não resistem a generalizações. Mais adequado seria admitir que ainda não temos métodos para a “futurologia” e concentrar nossos esforços no que conseguimos aprender do que já se configura como observável na comunicação midiaticizada: uma complementaridade entre as mídias já consolidadas e as TIC, que só se assentarão sobre as práticas sociais na medida em que seu usos se tornarem generalizados e estáveis ao longo do tempo.

2 As associações em rede

Há, na sociedade contemporânea, um forte discurso social que aposta nas novas tecnologias de comunicação digital (computadores, *tablets*, *notebooks*, *smartphones*, etc.) centradas na troca de informações pela Internet, como determinantes para a comunicação midiática e até para uma nova sociedade que se

circulação de uma infinidade de conteúdos diariamente e que atua na oferta de sentidos a milhões de pessoas ao redor do globo. Disponível em: <<http://press.nationalgeographic.com/pressroom/>>. Acesso em: 10 abr. 2012.

organizaria em torno da rede. Apesar de ser verdade que a abertura da Internet ao público em 1994 multiplicou as “formas horizontais de comunicação” (nas quais atores sociais passam da condição de receptores para a de produtores de conteúdo), proporcionou um aumento na circulação da informação e potencializou a transnacionalização da cultura, devemos ter cuidado em transformar estes fatos em sinais de profecias capazes de prever o destino da sociedade, talvez ainda muito enraizadas na utopia da Idade Moderna, que acreditava que o conhecimento das ciências naturais e as inovações técnicas dariam respostas para problemas que hoje sabemos serem de outras ordens.

A imprecisão do discurso que antecipa os usos é demonstrada por Miège em diversos materiais empíricos, buscando evidenciar como os profetas da sociedade da informação têm se equivocado recorrentemente em suas previsões. Entre alguns dos estudos citados, está um encomendado pela CNET da direção geral das telecomunicações na França (France Telecom), intitulado “*Novos serviços: um desenvolvimento complexo*”, que pretendia subsidiar a elaboração de uma lista das ofertas técnicas esperadas para o ano 2000. Mesmo realizando as análises com prudência, uma comparação dos resultados com o que aconteceu de fato revela uma antecipação dos usos que se mostrou prematura, como a superestimação das possibilidades da videofonia e serviços interativos relacionados à TV e ao cinema, e a falta de perspectivas aos cenários que não poderiam ser previstos naquele momento, como o crescimento da telefonia móvel e o uso da Internet em larga escala.

Concluimos portanto que o exercício da previsão está aqui posto em xeque, antes de tudo por se revelar incapaz de vislumbrar as inovações mais importantes na medida em que estas dependem fortemente da coordenação, negociada ou imposta, das estratégias dos principais atores industriais, assim como das mudanças nas práticas sociais dos usuários-consumidores (MIÈGE, 2009, p. 30).

A lista dos que se arriscaram a prever o futuro e tiveram que repensar suas previsões, na medida que estas não se realizavam, é extensa, e uma revisão bibliográfica mais cuida-

dosa desta questão não seria possível aqui. Tal lista passa pelas tendências utópicas de Pierre Lévy (1997) sobre o ciberespaço, pela audaciosa visão de um novo “ecossistema econômico” de Rosnay e Revelli (2006), até o euforismo consumista de Jenkins (2008) com sua “cultura da convergência”. O que podemos perceber em comum nestes trabalhos é a consideração da técnica como o motor capaz de instituir propósitos sociais conciliadores e revolucionários que se mostrarão maduros em um dado momento do futuro.

Bem-vindos à cultura da convergência, onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produto e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. A cultura da convergência é o futuro, mas está sendo moldada hoje. Os consumidores terão mais poder na cultura da convergência – mas somente se reconhecerem e utilizarem esse poder tanto como consumidores quanto como cidadãos, como plenos participantes de nossa cultura (JENKINS, 2008, p. 328).

É interessante notar que, mesmo que o choque com a realidade dura possa abalar algumas destas previsões, outras surgem em seu lugar, e o discurso tecnicista ganha fôlego novamente com a ajuda de tecnólogos, marqueteiros, jornalistas, engenheiros de hardware e software, empresários, economistas, governos e uma parte sempre atenta de usuários avançados que acreditam e incitam à atividade individual de interação em rede e de produção de conteúdos, mesmo que em pequena escala. Apesar de reconhecermos que as práticas de comunicação peer-to-peer realizadas através das TIC possam representar potencialmente um novo tipo de construção social tentativa⁴, achamos problemático afirmar que toda comunicação midiática estaria caminhando para a adoção deste modelo a curto ou médio pra-

4 José Luiz Braga (2010, p. 1) caracteriza os fenômenos comunicacionais como tentativos: “[...] desenvolve a proposição de que o caráter tentativo se manifesta na probabilidade variável de atingimento de objetivos comunicacionais; e em graus de imprecisão do próprio processo. Relaciona estas características tanto aos processos dos participantes quanto aos dispositivos interacionais socialmente produzidos.”

zo. Antes, o que podemos observar, desde a ascensão dos novos suportes de comunicação digitais e do advento da Internet como meio de comunicação, é mais uma complementação de um modelo comunicacional que já está estabilizado nas mídias surgidas no século XX.

O problema de considerar as TIC como novas mídias talvez esteja no operador semântico mídia. O conceito é usado indiscriminadamente por diversos campos sociais com os mais diversos significados, desde os referentes aos meios de comunicação, tanto os suportes materiais que lhes permitem a recepção dos sinais (aparelhos de rádio, televisores, telefones, revistas) como os aparatos produtivos (emissoras de TV e rádio, redações de jornal e revista); as próprias instituições midiáticas e conglomerados de comunicação (Rede Globo, Grupo Record, Time Warner, BBC); os profissionais que trabalham na produção de conteúdos (artistas, produtores, jornalistas, apresentadores); até os suportes para registrar e armazenar informações (CD, DVD, pen drive, HD). Diante da diversidade de sentidos, acreditamos ser produtivo para o campo da comunicação a adoção do conceito de Miège (2009, p. 110):

De nossa parte definimos regularmente as mídias como dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos, baseados cada vez mais no conjunto de técnicas (e não mais em uma única técnica, como antigamente), que permite emitir e receber programas de informação, de cultura e de entretenimento, com regularidade, ou então, cada vez mais permanentemente, no contexto de uma economia de funcionamento que lhe é própria [...], e cuja produção é garantida pelas organizações às especificidades marcadas [...] para destinos de públicos cujas características estão mais ou menos estabilizadas [...].

A partir da definição do que seja mídia para o autor, uma questão emerge no momento de considerar as TIC como novas mídias: como é feita a “programação”? Esta parece ser a questão central a ser feita quando analisamos a emergência da tecnologia digital no cenário que antes era dominado pelas mídias ana-

lógicas, que têm como característica uma produção de conteúdo centrada na especialização, feita para atingir um público amplo e organizado em torno de um modelo de negócio sustentado pelos anúncios publicitários. Ao propor a quebra deste modelo hegemônico, os defensores de um novo tipo de comunicação centrado nas trocas entre atores individuais nas redes digitais, sobretudo na internet, deparam-se com importantes questões sobre a produção de conteúdos de qualidade que mantenham uma regularidade e possam remunerar seus produtores. Estariam os usuários dispostos a pagar diretamente pelo conteúdo? Afinal, empresas como Google, Facebook e Yahoo obtêm seus lucros com a publicidade, e a maioria destas comunidades virtuais funciona sobre estas plataformas. “Tratando-se das comunidades virtuais, coloca-se a questão de saber como podem dar lugar a práticas sociais diferentes, solidárias e desinteressadas, em um contexto no qual a Internet está cada vez mais sob a influência de lógica mercadológica” (Miège, 2009, p. 41).

As técnicas de comunicação digital não garantem, por si mesmas, as condições necessárias para o funcionamento de uma “sociedade em rede”. As dimensões econômicas e sociais configuram-se como extremamente importantes para a consolidação dos usos dos meios antes que se configurem como práticas sociais. Há aí uma defasagem entre usos e práticas que deve ser levada em consideração. O fato dos atores estarem utilizando as TIC como espaços colaborativos em blogs, chats, redes de relacionamento, etc. se estabelece como prática social a partir do momento em que há uma certa estabilidade ao longo do tempo com um certo número de praticantes. A ação comunicativa individual ou de pequenos grupos não se configura como novidade, na medida em que uma “generalização das relações públicas” (MIÈGE, 2009) vem sendo tecida desde os anos 70, e o que as TIC proporcionaram foi uma amplificação desta individualização.

Não se trata de uma nova ciberdemocracia utópica, na qual o marxismo e o liberalismo dariam as mãos para que os atores individuais se estabeleçam como autômatas. Ao contrário, uma grande maioria de usuários está longe de se reconhecer como um cibercidadão interessado em conhecimento coletivo. Apenas uma parte dos usuários, que Miège chama de “tecnófilos”, apropria-se dos aperfeiçoamentos técnicos para construir

“comunidades virtuais” que, via de regra, não têm um fim social *stricto sensu*, mas estão constituídas em torno de alguns interesses de grupo.

Questionamo-nos: quais seriam os aspectos sociais de redes de relacionamento como Facebook, Twitter, Flickr, Myspace, Orkut, etc.? Não obstante, alguns autores utopistas, como Pierre Lévy (2002), Jenkins (2008), Rosnay e Revelli (2006), Cloutier (1975), Cartier (1999) e outros, anteciparam usos que raramente se confirmam. O que realmente vemos nestes tipos de dispositivos são usuários mais avançados, encantados com a técnica, que formam grupos de interesse em torno de um tema. Neste cenário, recrutam um bom número de usuários secundários que se mantêm atrelados a uma rede alimentada com conteúdos gerados pelos primeiros. Segundo Valdetaro (2009, p. 6): “Las ‘redes sociales’ como Facebook, por ejemplo, son más comunidades de ‘amigos’ ensambladas por ‘afinidades’ estilísticas que ‘redes sociales’ en sentido estricto”.

Um conhecido estudo realizado por Mikolaj Jan Piskorski, professor da Harvard Business School, divulgado em um artigo do *The Economist* em 30 de janeiro de 2010, feito com mais de 300 mil usuários do Twitter examinados em maio de 2009, apontou como resultado que mais da metade das pessoas pesquisadas “twittou” menos de uma vez a cada 74 dias e que 10% dos twitteiros postavam cerca de 90% dos tweets. Outro estudo citado no mesmo artigo, realizado em junho de 2009 pela Sysomos Inc., uma das principais empresas do mundo no setor de análise da comunicação social contemporânea e da forma de utilização pelos usuários, investigou 11,5 milhões de contas no Twitter. Alguns dos resultados apontados revelam questões interessantes: 85,3% de todos os usuários do Twitter postam menos de uma atualização por dia, e 21% dos usuários nunca postaram. A grande maioria dos usuários, 93,6%, têm menos de 100 seguidores, enquanto que 92,4% seguem menos de 100 pessoas.

Ao analisarmos estes dados, percebemos o quanto uma cultura de participação democrática direta ainda está longe de ser uma realidade concreta. Mesmo diante das possibilidades de produzir e compartilhar conhecimento e informações proporcionadas pela chamada Web 2.0, parece que a maioria dos internautas prefere uma atitude passiva e delega a alguns ato-

res sociais a incumbência de produzir conteúdos. O poder de afetação dos meios de comunicação de massa se mantém, e os atores sociais que ganham maior notoriedade na Internet, via de regra, são apresentadores de TV, artistas, músicos, políticos, jogadores de futebol, que mobilizam milhares de seguidores, enquanto a maioria dos usuários está restrita a poucos contatos de uma rede um pouco maior do que as pessoas que conhece fora dela. Embora já se perceba que a adesão de um número muito expressivo de seguidores possa produzir celebridades da própria Internet, como é o caso de alguns *youtubers* ou blogueiros especializados em produzir conteúdo para um determinado segmento, estes quase sempre acabam migrando para as mídias tradicionais no intuito de profissionalizar suas práticas e ampliar seus públicos.

3 Midiatização e convergência

Segundo Miège (2009, p. 82), a midiatização está no centro da maioria das perguntas sobre comunicação/informação contemporâneas, todavia de uma forma que desvia a atenção para dicotomias como “antes/depois, tradicional/moderno, material/imaterial, real/virtual, presencial/à distância”, o que leva o autor a perguntar se, em vez das hipóteses substitutivas de um modelo por outro, não seria a perspectiva mais provável “aquela da junção de novas modalidades orientadas em direção à midiatização [*sic*] a um modo de comunicação que se mantém, no essencial, além da diversidade das formas na quais ele se revela para nós, de um lado ao outro do planeta”.

A perspectiva, desde então, seria societal e histórica e não mais antropológico-cultural; daria ênfase às continuidades, complementações e mestiçagens, e não às rupturas e mutações radicais; mais precisamente, tentaria fazer a distinção entre o que depende da ordem histórica (mesmo se isso durar por muito tempo) e de uma ordem trans-histórica que falta especificar. Essa heurística, é preciso indicar, não é fechada, ela deve ser completada; mas sua vantagem seria estimular os observadores, especia-

listas e pesquisadores a distinguir os horizontes e a identificar os desafios (MIÈGE, 2009, p. 82).

Esta discussão nos leva a questionar a ideia de que as TIC se configurariam como inovações tecnológicas capazes de causar rupturas que tornariam os meios de comunicação de massa obsoletos. Neste ponto, Miège insiste que há uma distinção conceitual entre os termos inovação, mudança, mutação e aperfeiçoamento. Ele alerta para as confusões entre as inovações de ruptura (radicais e que modificam paradigmas) e as inovações de produtos (como versões melhoradas de *softwares* e aparelhos). Certamente que o conjunto das TIC e o advento da Internet são responsáveis por inovação, mas que estabelece no tecido social uma perspectiva de complementaridade às formas de comunicação já existentes, multiplicando as modalidades midiatisadas em vez de substituí-las. Neste sentido, não haveria como falar de uma “nova comunicação” que surge na urgência da passagem de um modo ao outro, mas sim de um processo de continuidade de complexificação. Nas palavras de Eliseo Verón (2000, p. 131): “[...] *cuanto más se mediatiza una sociedad, tanto más se complejiza*”.

É neste sentido que o conceito de convergência ganha forma de um ponto de vista diferente daquele empregado por autores como Jenkins (2008, p. 43):

No futuro próximo, a convergência será uma espécie de gambiarra – uma amarração improvisada entre as diferentes tecnologias midiáticas – em vez de um sistema completamente integrado. Neste momento, as transformações culturais, as batalhas jurídicas e as fusões empresariais que estão alimentando a convergência midiática são mudanças antecedentes na infraestrutura tecnológica. O modo como essas diversas transições evoluem irá determinar o equilíbrio de poder na próxima era dos meios de comunicação (JENKINS, 2008, p. 43).

De uma forma geral, a maioria dos autores postula que a convergência seria a articulação entre as diversas redes de comunicação, os suportes materiais de acesso e os conteúdos digi-

tais distribuídos em redes técnicas, principalmente a Internet. O objetivo principal seria uma total sinergia entre os setores industriais que garantiriam a padronização do processo produtivo e dos atores sociais que usufruiriam da comodidade de ter seus conteúdos preferidos disponíveis em multiplataformas de maneira fácil e barata. Entretanto, a convergência, na concepção de Miège, é uma construção social, que não teria origem no desenvolvimento tecnológico autônomo, mas sua realização estaria relacionada às disputas de diversas categorias de atores sociais.

A convergência realizada, portanto, não é a mesma que é postulada. Esta articulação entre os atores estratégicos frequentemente se faz de maneira conflituosa, na qual o setor mercantil tem papel protagonista. De forma geral, a comunicação midiática depende de um mercado tripartido entre: 1. Indústria de redes de comunicação; 2. Indústria de materiais que fabrica os aparelhos e 3. Indústria de conteúdos. Na outra ponta, estão os usuários interessados na qualidade, regularidade, credibilidade e gratuidade dos conteúdos, estabilidade e continuidade das redes e eficiência dos aparelhos. “Mesmo sendo tecnicamente possível, a convergência dos sistemas de comunicação não se realizará sem vontade política e econômica, sem quadro jurídico e regulamentar apropriado e sem uma certa aceitação dos usuários...” (MIÈGE, 2009, p. 37).

Para compreender melhor como funciona o processo de convergência, analisamos as páginas do Facebook e do Twitter da National Geographic Society (objeto empírico de nossa dissertação de mestrado), que, como já dito anteriormente, configura-se como importante grupo de comunicação que controla um sistema de múltiplas mídias, vasta produção de conteúdo, o qual, segundo o *website* oficial⁵ norte-americano, alcança uma média de 325 milhões de pessoas por mês.

A partir da Figura 1, podemos perceber algumas marcas interessantes, como os 11 milhões que “curtiram os conteúdos da página”, ou seja, um número grande de pessoas, porém uma fatia pouco expressiva dos 325 milhões de pessoas que acessam as diversas mídias do grupo mensalmente; mesmo as-

5 Disponível em: <http://press.nationalgeographic.com/pressroom/index.js?p?pageID=factSheets_detail&siteID=1&cid=1225283738357>. Acesso em: 12 out. 2012.

sim, é um número que supera a maioria dos usuários de comunidades virtuais experimentais que são estudadas no Brasil como promessas para o futuro da comunicação em rede.

Figura 1- Interação dos usuário da National Geographic no Facebook.



Fonte: Página do National Geographic no Facebook, outubro de 2012.

Outro ponto que chama a atenção é o fato de o número de “curtidas” ser muito superior ao número de comentários ou compartilhamentos, confirmando a hipótese de que a maioria dos usuários está menos interessada na produção compartilhada e mais no consumo de conteúdos das redes de relacionamento. E, finalmente, destaca-se o fato de os conteúdos ofertados na página da instituição serem todos procedentes de outras mídias do grupo, como as fotos produzidas para a revista *National Geographic* (rosto midiático da instituição), confirmando a tendência, apontada por Miège (2009), de uma complementaridade

entre as mídias tradicionais e as TIC. Ao clicarmos nos *hyperlinks* disponíveis em cada *post*, invariavelmente seremos remetidos para o *website* oficial da instituição.

Na página da National Geographic no Twitter (Figura 2), podemos notar algumas similaridades, mesmo que a natureza das duas plataformas seja diferente. Aqui notamos também que há um número expressivo de seguidores, 2.539.840, mesmo assim muito menor do que os 30.728.128 da cantora Lady Gaga (que, segundo o *website*⁶ Twitter Counter, tem o perfil mais seguido). Da mesma forma que na análise anterior, trata-se de uma diminuta fração do total de pessoas que fazem parte dos clientes dos produtos midiáticos da National Geographic (325 milhões). Observa-se aqui uma tentativa, por parte da instituição, de manter a interação com os entusiastas da marca que utilizam o Twitter para acessar os conteúdos. São, ao todo, 10.482 tweets postados e 22.625 pessoas que a National Geographic segue. Se observarmos o número de retweets em cada *post* e o relacionarmos com a abrangência da marca no mundo, temos que concordar que realmente os usuários efetivos desta rede constituem um grupo ainda inexpressivo de usuários. O conteúdo dos *posts* no Twitter, da mesma forma que no Facebook, configura chamadas para as matérias e fotografias publicadas no *website*.

Figura 2 - Interação dos leitores da National Geographic no Twitter



Fonte: Página da National Geographic no Twitter, outubro de 2012.

6 Disponível em <<http://twittercounter.com/pages/100>>. Acesso em: 12 out. 2012.

4 Considerações finais

Mesmo que as páginas do Facebook e do Twitter sejam compostas por uma quantidade razoável de usuários, a National Geographic, assim com outras instituições e governos, continua acreditando no discurso de que as TIC se configuram como formas de comunicação do futuro.

Por um lado, a técnica é valorizada e se opõe a um mundo pré-técnico descrito como obsoleto, por outro lado, os tecnófilos são tidos como os atores do futuro, e ao contrário de todos os que dispensam ainda as ferramentas, são tidos como possuidores de comportamentos antecipatórios, prefigurando aquilo que deve necessariamente advir (as promoções comerciais não são as únicas a se posicionar assim, os discursos das autoridades públicas utilizam-se igualmente de temas como: o atraso a ser superado, a mediatização indispensável etc.) (GRESEC, II, 2002, p. 60 *apud* MIÈGE, 2009, p. 61).

O problema em se acreditar em um estudo sobre a potencialidade do uso das TIC para a constituição de um tipo novo de comunicação não reside na inverdade das informações retiradas dos casos estudados ou na inconsistência teórica utilizada na análise; o problema está no fato de que as conclusões dos estudos não podem ser generalizadas, pois as amostras são formadas por um número insignificante de usuários em comparação com a forma como se dá a comunicação social no cotidiano da maioria das pessoas. Em seu livro, Jenkins (2008, p. 50) admite tal fato, como se isto tivesse pouca relevância no que propõe a respeito da convergência:

Quase todas as pessoas retratadas neste livro são usuários pioneiros. Neste país [Estados Unidos], elas são, de maneira desproporcional, brancas, do sexo masculino, de classe média e com nível de escolaridade superior. São pessoas que têm o maior acesso às novas tecnologias midiáticas e dominaram as habilidades necessárias para participar das novas culturas do conhecimento (JENKINS, 2008, p. 50).

Um estudo como o de Primo (2008, p. 17), mesmo tendo analisado um número de apenas 12 blogueiros, faz algumas perigosas generalizações acerca do consumo de TV a partir das respostas a respeito do comportamento de consumo midiático da amostra:

De fato, a centralidade da televisão e de outros meios hegemônicos estão sendo desafiados [sic] pela micromídia digital. As informações industrializadas passam a ser debatidas em blogs, o que, em si, revela significativa repercussão política. Por outro lado, como se procurou aqui mostrar, a própria blogosfera pode agir como retroalimentação das estruturas hegemônicas de poder.

É difícil acreditar nisto em um momento em que a novela da Rede Globo *Avenida Brasil* alcança 51 pontos na escala de audiência em São Paulo, aferidos pelo IBOPE. Jornais internacionais como o *Washington Post* e *The Guardian*⁷ noticiam que o Brasil parou para ver o último capítulo da novela, inclusive publicando matéria que relata que a presidente do país, Dilma Rousseff, cancelou importantes compromissos políticos para assistir ao desfecho do melodrama. Segundo Valdettaro (2009), *“el consumo de TV abierta y por cable conserva un componente ritual específico cuya funcionalidad descansa en la reposición de un placer conformista asentado en un deseo de ociosidad espectacular que géneros interactivos de las demás pantallas no puedan satisfacer”*.

[...] a Net é, em sua própria estrutura, ambivalente: meio de comunicação (...), nova mídia [...] e até mesmo mídia de comunicação para outras mídias, inclusive as mais diretas e generalistas [...]; e o que essa mídia híbrida revela desde sua abertura ao público é que suas especificidades são menos fortes do que era imaginado: ela é mais baseada na linearidade e na escrita do que em um novo modo esperado, o modo multimídia; seus procedimentos retóricos são emprestados dos procedimentos em uso (conversa telefônica, trocas epistolares, pesquisa documental, editoração etc.) (MIÈGE, 2009, p. 124).

7 Disponível em <<http://www.guardian.co.uk/world/2012/oct/18/avenida-brasil-clash-president-cancel-rally>>. Acesso em: 20 out. 2012.

Parece-nos evidente, portanto, que as mídias tradicionais estão implicadas com as TIC, na medida em que estas últimas configuram uma complementaridade do modelo de comunicação já enraizado pelos meios de massa. Reformulações sociotécnicas têm deslocado os estudos de comunicação para a dinâmica da circulação e do papel do dispositivo midiático⁸ nas construções de sentido e na organização social. Esta ecologia comunicacional, composta tanto pelas mídias tradicionais (TV, rádio, imprensa impressa, etc.) como por novas “tecnologias convertidas em meios”, configura uma nova ambiência comunicacional, um novo entorno midiático, que alguns teóricos estão chamando de midiáticação.

Referências

- BRAGA, José Luiz. Nem rara, nem ausente – tentativa. **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 65-81, jul./dez. 2010.
- CARTIER, Carolyn. Cosmopolitics and the maritime world city. **Geographical Review**, v. 89, n. 2, p. 278-289, April 1999.
- CLOUTIER, Jean. **A era do EMEREC**. Lisboa: I.T.E., 1975.
- FERREIRA, Jairo. **As instituições e os indivíduos no ambiente das circulações emergentes**. Paper. PPGCOM, Unisinos, São Leopoldo, 2001.
- FERREIRA, Jairo. Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos. **Libero (FACASPER)**, v. 1, p. 1-15, 2006.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1997.
- MIÈGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social**. São Paulo: Paulus, 2009.

8 Aqui estamos falando a partir do conceito proposto por Ferreira (2006), que defende o dispositivo como objeto de investigação e faz a distinção entre dispositivo no campo da comunicação (tecnologia) e no da teoria social crítica (Foucault, Deleuze, Guattari). Propõe o dispositivo como “triádico e relacional” e torna o conceito operacional ao defendê-lo como objeto de investigação que contém três dimensões que se autodeterminam: socioantropológica, semiolinguística e tecnocológica, ou, em outras palavras, uma tecnologia, um sistema de relações sociais e um sistema de representação.

- MIÈGE, Bernard. O erro de ver novas mídias em todas as Tecnologias da Informação e Comunicação. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, ano XII, n. 390, 2012. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4392&secao=390>. Acesso em: 14 dez. 2012
- PRIMO, Alex. Interney blogs como micromídia digital: elementos para estudo do encadeamento midiático. In: XVII ENCONTRO DA COMPÓS, UNIP, SP, 2008. **Anais...** Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/interney.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2012.
- ROVEY, Joël de; REVELLI, Carlo. **La révolte du pronetariat**: Des mass média aux média des masses. Paris: Fayard, 2006.
- THE ECONOMIST. Twitter's transmitters. **The Economist** (US). 394.8667 (Jan. 30, 2010) p. 8, EU.
- VALDETTARO, Sandra. **Audiencias: de las "redes sociales" a las "asociaciones en red"**. In: FORO IBERMEDIA, FIA (Fundación de Investigación del Audiovisual), Valencia, España, 2009.
- VERÓN, Eliseo. Conversación sobre el futuro. In: VERÓN, Eliseo. **Espacios mentales**: efectos de agenda. Barcelona: Gedisa Editorial, 2000.

CONTRIBUIÇÕES E TENSIONAMENTOS DO PENSAMENTO DE BERNARD MIÈGE PARA PESQUISAR A COMUNIDADE DO *COUCHSURFING* EM PORTO ALEGRE-RS (CS POA)

CONTRIBUTIONS AND TENSIONS OF BERNARD MIÈGE'S THOUGHT TO RESEARCH THE COUCHSURFING COMMUNITY IN PORTO ALEGRE- RS (CS POA)

*Tamires Ferreira Coêlho*¹

RESUMO: Este texto reflete sobre as contribuições do pensamento de Bernard Miège na pesquisa dos processos comunicativos que constituem a comunidade de Porto Alegre na rede social *Couchsurfing* (CS POA). A partir de uma perspectiva que vai contra o tecnodeterminismo e enfatiza a existência de mediações entre os âmbitos técnico e social, foi possível observar elementos constitutivos de CS POA de maneira aperfeiçoada, potencializando os fluxos comunicacionais que a perpassam. As mediações analisadas estão correlacionadas às identidades culturais e podem indicar formações, segmentações e lógicas de CS POA, de forma a envolverem dispositivos humanos e não humanos, possibilitando investigar sujeitos e instituições, temporalidades, fluxos e matrizes.

PALAVRAS-CHAVE: Miège. Couchsurfing. CS POA. TICs. Mediações.

ABSTRACT: This text reflects about the contributions of the

1 Professora Substituta no DECSO/UFOP; Doutoranda no PPGCOM/UFMG (bolsa CAPES); Doutorado Sanduíche na Université Paris-Sorbonne/CELSA (bolsa CAPES); Mestra em Ciências da Comunicação (UNISINOS); Membro dos grupos Processocom, GRIS, Margem e da Rede Amlat. E-mail: tamiresfcoelho@gmail.com. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1722581256304187>

thought of Bernard Miège to the research on the communicative processes that constitute the community of Porto Alegre in the social network called *Couchsurfing* (CS POA). From a perspective that opposes technodeterminism and emphasizes the existence of mediations between the technical and social spheres, it was possible to observe constitutive elements of CS POA in an improved way, potentiating the communication flows that pervade it. The analyzed mediations are correlated to cultural identities and can indicate formations, segmentations and logics of CS POA, so as to involve human and non-human devices, making it possible to investigate subjects and institutions, temporalities, flows and matrices.

KEYWORDS: Miège. Couchsurfing. CS POA. ICTs. Mediations.

Ela [a comunicação] permite aos indivíduos trocarem informação de maneiras diversas, por isso articulo comunicação/informação. Com o desenvolvimento das TICs, os relacionamentos entre os atores se aperfeiçoaram, e desde a segunda metade do século XX, as técnicas fazem parte da sociedade e de sua continuidade (Bernard Miège)².

1 Introdução

Partimos do pressuposto de que a pesquisa científica resulta de um complexo processo que interliga fundamentos teóricos e empíricos e que, para estudar um fenômeno, faz-se tão necessário observá-lo profunda e minuciosamente quanto mergulhar em leituras, proposições teóricas, referências e conceitos, a fim de evitar que sua análise seja superficial.

A investigação dos processos comunicacionais atrelados às tecnologias não pode ser reduzida ao âmbito das materialidades e da técnica; os novos fenômenos que surgem simultaneamente ao desenvolvimento tecnológico comunicacional devem ser compreendidos a partir das relações entre dispositivos técnicos, sujeitos, práticas e lugares. Miège consolida seu

2 Excerto retirado da entrevista de Bernard Miège concedida a Elizabeth Saad Corrêa em 2009, publicada na revista *Matrizes* sob o título "Comunicação e tecnologia na sociedade: uma dimensão transversal".

pensamento rejeitando tanto o determinismo tecnológico quanto o determinismo do social, considerando a existência de mediações múltiplas que permeiam as interações entre o social e o técnico, que não teriam o mesmo peso se comparadas entre si nos processos de “mediações entre as sociedades e as esferas da técnica” (MIÈGE, 2009, p. 89).

Atualmente, teóricos e pesquisadores voltam-se para a necessidade de as pesquisas relacionadas às tecnologias e culturas midiáticas refletirem criticamente sobre a questão das mediações, de forma a mostrar uma relação intrínseca entre tecnologia e sociedade, considerando os fluxos online e offline – atravessados – nesse processo de entendimento dos fenômenos. Nesse sentido, Miège (2009, p. 46-47) enfatiza, além das mediações múltiplas, a “dupla mediação” proposta por Josiane Jouët, que seria “ao mesmo tempo técnica, pois a ferramenta utilizada estrutura a prática, mas a mediação é também social, porque os motivos, as formas de uso e o sentido atribuídos à prática se alimentam no corpo social” (JOUËT et al., 1997 apud MIÈGE, 2009, p. 46-47).

A pesquisa de objetos ligados à internet torna-se de maior relevância quando percebemos que o acesso à rede tem alcançado mais e mais indivíduos, inclusive no Brasil – que já tem cerca de 58% da população online³. E, apesar de termos um considerável contingente populacional ainda não conectado, os processos comunicativos que afetam essas pessoas são (mesmo que indiretamente) impactados pela internet, que ajudou a redefinir as relações entre os diferentes meios de comunicação, interferindo no conteúdo, nos fluxos e na experiência midiática. Isso nos leva a inquietações sobre usos, apropriações e práticas que podem estar sendo feitos pelos sujeitos no ambiente virtual, bem como sobre a construção identitária neste espaço denominado de “a rede das redes, o protocolo que permite conectar todo um conjunto de redes de comunicação cada vez mais eficientes” (MIÈGE, 2012).

O relacionamento social dos sujeitos conectados foi impulsionado pelo surgimento de redes sociais online e de comu-

3 Relatório *State of Connectivity* 2015, divulgado pelo Facebook em fevereiro de 2016, sobre o acesso mundial à internet. Disponível em: <<http://newsroom.fb.com/news/2016/02/state-of-connectivity-2015-a-report-on-global-internet-access/>>.

nidades virtuais. Se já era notório que, antes do surgimento da internet, as redes e comunidades existentes na sociedade e em suas instituições interferiam na identidade dos indivíduos, com a virtualização as negociações identitárias se tornaram mais complexas.

2 Entre teoria e empiria: a constituição da comunidade CS POA

A pesquisa sobre a qual nos debruçamos neste texto (COELHO, 2014) voltou-se para o projeto internacional *CouchSurfing.org* (CS) e, mais especificamente, para a comunidade de Porto Alegre (denominada CS POA) dentro desse projeto, que nasceu como uma rede social virtual sem fins lucrativos em atividade (na versão beta) desde 2003 e que reúne *backpackers* (mochileiros) e viajantes espalhados pelo mundo. Nesta rede, cada viajante tem um perfil – que também pode representar mais de um indivíduo, no caso de um casal ou de uma família que divide a mesma residência – no qual expõe suas experiências, objetivos, *hobbies*, preferências, etc. Cada integrante do site busca hospitalidade e trocas culturais, partilhando valores, práticas e experiências. O “surfe através dos sofás” (se literalmente traduzido o termo *Couchsurfing*) remete às viagens de cada indivíduo e às experiências pelos sofás que são ofertados por outros *couchsurfers* (membros do *CouchSurfing*).

É possível, a partir do site, participar de comunidades e organizar *meetings* (encontros) entre participantes do projeto. O *CouchSurfing* ganhou destaque por ser uma rede virtual que estimula o contato físico entre seus participantes, além de promover o intercâmbio cultural e de já contar com mais de 12 milhões de membros em todo o planeta⁴. Cada *couchsurfer* não só solicita como oferta hospitalidade – que não consiste necessariamente em hospedagem, mas também na disponibilidade em mostrar pontos turísticos da cidade, conversar e interagir. Uma característica diferenciadora desta rede é a capacidade de agre-

4 Dados atualizados em dezembro de 2016, através de informações disponibilizadas pelo site do CS. Disponível em: <<http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>>.

gar comunidades que suplantam o virtual, de forma a existirem ativamente dentro e fora da internet.

A partir de uma pesquisa desenvolvida entre 2012 e 2013, foi possível observar que a rede social CS tem um grande potencial a ser explorado no campo da comunicação, tendo em vista a riqueza das interações (entre sujeitos e culturas) que proporciona e a grande quantidade de pessoas interligadas no planeta em torno de interesses comuns voltados, sobretudo, ao intercâmbio cultural. A partir de um contato inicial em 2011 com integrantes do grupo do CS de Porto Alegre-RS, a pesquisadora teve oportunidade de visualizar características peculiares ao grupo, além de uma frequência de atividades presenciais que não é comum a todas as outras comunidades e agrupamentos em torno do *Couchsurfing*. Esses fatores despertaram, desde o início, um intenso interesse por pesquisar essa comunidade específica.

O CS POA foi criado como um grupo dentro do site do *Couchsurfing* em 2007 e, ao fim de nossa pesquisa, contava com mais de 7 mil membros listados neste espaço virtual. Além de ser considerada uma comunidade bastante ativa (tanto no fórum de discussões online do site do CS e na comunidade criada na rede social *Facebook* quanto nas atividades offline), constituía-se de perfis bastante heterogêneos – em termos de proveniência geográfica e cultural, de faixa etária e de experiências de viagens desses integrantes. No entanto, há que se considerar as similaridades em relação ao poder aquisitivo e à escolaridade desses indivíduos.

Para o estudo da identidade e dos atravessamentos culturais na comunidade virtual “CS POA”⁵, além dos movimentos empíricos, consideramos pertinente um aprofundamento teórico à luz do pensamento de Bernard Miège. O teórico francês nos ajudou a questionar e a refletir sobre a existência de potenciais inovações permeadas pelas ferramentas tecnológicas, bem

5 Consideramos aqui CS POA como uma comunidade e assumimos que os termos “comunidade” e “grupo” são sociologicamente diferentes. No entanto, levamos em conta que o site *Couchsurfing.org* já se referiu às suas comunidades como “grupos”. A saber, as comunidades são perpassadas por laços e por um sentimento de pertencimento que vinculam os sujeitos, de forma a estabelecerem entre si relações sociais (RECUERO, 2005; PALACIOS, 1996).

como sobre a transformação das relações sociais geradas na experiência intercultural a partir de nossas inquietações sobre como uma comunidade atravessada pelas matrizes constitutivas da identidade cultural gaúcha, bastante bairrista e tradicional, estaria aberta ao contato com a alteridade e com outras culturas e práticas (a partir da proposta do próprio *Couchsurfing*).

Nossa pesquisa foi de caráter multimetodológico, à luz da netnografia e de ferramentas da etnografia. Além de ir a campo, fazer observações sobre o grupo dentro e fora da internet, produzir um diário de campo, realizar questionários e entrevistas em profundidade, foi imprescindível promover uma discussão teórica sobre tecnologias da comunicação – o que está intrinsecamente ligado ao objeto de referência da pesquisa – e também refletir sobre a sociedade em processo de midiatisação⁶, que atravessa os sujeitos que as utilizam. A contribuição do pensamento de Miège para nossa investigação foi proveniente de suas obras e, sobretudo, do seminário “Fundamentos Sociais das TICs”, com o próprio teórico, em abril de 2012.

3 Contribuições e conexões

“Para que um campo funcione, importa que existam objetos de disputa e pessoas prontas a jogar o jogo, dotadas do *habitus* que implica o conhecimento e o reconhecimento das leis próprias do jogo, dos desafios”⁷ (BOURDIEU, 1980, p. 114 *apud* MIÈGE, 2000, p. 131). É com o conceito de “campo” – apresentado por Bourdieu em sua obra “Questões de Sociologia” – que Bernard Miège defende seu posicionamento quanto à constituição da comunicação, de forma que “o próprio pensamento comunicacional contribui ativamente para a formação deste campo” (MIÈGE, 2000, p. 130-131).

Sobre o pensamento comunicacional, que foi se tornando mais complexo com o surgimento de diversos dispositivos e o desenvolvimento de novas teorias, Miège enfatiza que

6 De acordo com Miège, “a digitalização introduziu algumas rupturas essenciais na midiatisação das ações infocomunicacionais” (MIÈGE, 2012).

7 BOURDIEU, P. *Questions de sociologie*. Paris : Éd. de Minuit, 1980, p. 114.

A situação desse pensamento comunicacional se encontra ainda profundamente indefinida. Este é, ao mesmo tempo, organizador de práticas científicas, reflexivas ou profissionais; resposta a necessidades que surgem dos Estados e das grandes organizações, assim como inspirador de mudanças que intervêm em tais organizações; por fim, está na origem ou no acompanhamento de mudanças nas práticas culturais ou nas modalidades de difusão ou aquisição de conhecimentos (MIÈGE, 2000, p. 21).

Apesar de Miège ter contribuído largamente no estudo da evolução dos questionamentos em torno do pensamento comunicacional – pensamento este que ele não considera estático, mas produto da história humana –, suas discussões e teorizações vão muito além do campo epistemológico e têm ganhado destaque, sobretudo, no que concerne ao estudo das tecnologias relacionadas aos processos informacionais e comunicativos.

Bernard Miège propõe o estudo das tecnologias da informação e da comunicação a partir da superação de um discurso “injuntivo” (referente ao fenômeno de injunção tecnológica), que seria fundamentado por antecipações dos usos dessas TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) e que ganhou bastante força, sendo disseminado inclusive por teóricos da comunicação que previam transformações drásticas e aparelhos surreais em um período relativamente curto. Para o teórico francês, essas previsões “altamente contestáveis” superestimaram algumas tecnologias em detrimento de outras e negligenciaram aspectos imprescindíveis à sua utilização, como as implicações financeiras. Miège concebe que a tecnologia perpassa aspectos dos campos econômico, cultural e societal para, então, chegar ao seu uso e alerta que as implicações sociais e societais são ignoradas diante do foco restrito ao aparato técnico.

[...] se o tecnodeterminismo é mais do que nunca onipresente nos diferentes discursos sociais e assume formas múltiplas e por vezes imprevistas, essa perseverança não contribui para uma representação clara da contribuição da técnica no desenvolvi-

mento da informação – comunicação; o resultado é uma confusão como se se atribuísse à técnica mais do que ela pode provocar (MIÈGE, 2009, p. 45).

Podemos traçar um paralelo entre a crítica de Miège e algumas de nossas constatações no decorrer da pesquisa. Se partíssemos de uma perspectiva tecnodeterminista, não consideraríamos as características comunitárias preexistentes ao desenvolvimento de comunidades na internet: os laços de pertencimento e a existência de regras e papéis são alguns dos elementos que não foram inaugurados com a digitalização, configurando pistas sobre as formas de relacionar-se coletivamente a partir de interesses comuns. Além disso, embora os sites e plataformas sejam concebidos com postulados de uso, eles não limitam completamente as possibilidades de quem interage nesses espaços. Há apropriações inesperadas, que fogem ao que foi idealizado inicialmente, e isso pode ser percebido, inclusive, nas atualizações constantes da interface da rede social, das regras impostas (e, por vezes, subvertidas) aos membros, das ferramentas embutidas na plataforma, que podem surgir após problemas e experiências negativas dos adeptos do CS. Quando o CS POA surgiu, para reunir *couchsurfers* vinculados a Porto Alegre, não estava previsto que o grupo ganhasse contornos de uma comunidade, nem que suas interações digitais se expandissem para além das fronteiras do próprio site do CS, ganhando um espaço importante de trocas no site do *Facebook*.

Miège também chama atenção para o fato de que a “valorização permanente do mundo da técnica” é acompanhada da “impotência relativa da crítica para fazer frente” a esse pensamento (MIÈGE, 2009, p. 27), além de apontar (e criticar) o estudo das TICs a partir de posturas extremas: “O papel da técnica causa problemas no vasto setor da informação – comunicação: ou ela é essencializada e tida como a única origem das mudanças, mutações e inovações, ou – mais raramente – ela é dissimulada e até ignorada” (MIÈGE, 2009, p. 25). A técnica, sozinha, desvinculada de apropriações, não implica mudança social, inovação. Ao mesmo tempo, não há como desconsiderar que a técnica perpassa ações e formas de olhar/ experienciar o mundo, como nas conexões e práticas partilhadas no âmbito do *Couchsurfing*.

No Brasil, assim como na Europa, é o momento de se questionar sobre as consequências dessas mudanças, sem ceder aos milagres das explicações apressadas e por fim decepcionantes a respeito daquilo que anunciam, de que a partir de agora passamos a viver em uma “sociedade da informação” ou em uma “era da informação”. Essas constatações simplificadas não podem nos desviar da atividade de parar para analisar e para observar os novos fenômenos em toda sua complexidade (MIÈGE, 2000, p. 14).

Assim, o pensamento de Miège atravessou nossa pesquisa, na medida em que não consideramos viável utilizarmos de simplificações ligadas à “era da informação” para pesquisar um observável tão rico e complexo.

4 Algumas inferências

Mais especificamente no que concerne à internet, Miège é bastante claro ao ressaltar que ela “não reúne nem resume (falta muito para isso!) todas as inovações relativas às Tic, muitas vezes apresentadas como aquelas da era digital [...] Com a multiplicação dessas redes e o aumento do poder dos fluxos, a partir de agora é possível trocar cada vez mais mensagens e transportar arquivos cada vez mais pesados” (MIÈGE, 2012).

Com isso, ele não pretende seguir uma corrente reducionista, de forma a minimizar a importância da internet na contemporaneidade, mas coloca-se de maneira sóbria e cautelosa sobre o assunto – de forma não só a contemplar as inovações que ela de fato tem trazido desde seu surgimento, porém também a alertar sobre o que é classificado erroneamente como inovação advinda e/ou proveniente da internet. Afinal, há muitos processos preexistentes à internet e às TICs que foram potencializados com seu surgimento, como é o caso de muitos elementos constitutivos das relações comunitárias, o que já mencionamos anteriormente.

Cynthia Corrêa (2004) propõe que há uma potencialização do ciberespaço quanto ao surgimento de comunidades no

espaço virtual e de agregações eletrônicas “que estão delineadas em torno de interesses comuns, de traços de identificação, pois ele é capaz de aproximar, de conectar indivíduos que talvez nunca tivessem oportunidade de se encontrar pessoalmente”. Assim, podemos fazer uma ponte entre os pensamentos de Corrêa e Miège, na medida em que o teórico francês menciona que, a partir da internet, “o que se produz é uma ampla internacionalização da comunicação tanto profissional quanto pessoal, permitindo o uso de diversos dispositivos (constituídos a partir das Tic)” (MIÈGE, 2012). Corrêa ainda ressalta que “os comportamentos são amplificados pelos meios tecnológicos, fazendo com que indivíduos localizados em diferentes partes do globo e munidos de equipamentos adequados possam conectar idéias, crenças, valores, e emoções” (2004, p. 5-6).

Dessa forma, em relação à comunidade CS POA, é importante mencionar que as comunidades são formações humanas que se originaram muito antes do surgimento das TICs e da internet – não se constituindo, portanto, como uma inovação advinda do ambiente virtual. No entanto, é necessário apontar que, a partir da perspectiva do próprio Miège, houve uma potencialização dos fluxos, das trocas e interações, do transporte de conteúdo – o que também influencia a dinâmica das comunidades virtuais e de comunidades como a do *Couchsurfing* em Porto Alegre, que paira entre os espaços virtual e presencial. O próprio projeto *Couchsurfing* pode ser considerado uma consequência ou um exemplo do que Miège denomina de “internacionalização da comunicação”, bem como da extensão de contatos via redes sociais:

A digitalização – que não devemos esquecer de unir a outras grandes inovações: a compressão dos sinais, a miniaturização dos componentes, assim como o tratamento, a visualização e a modelização dos dados – introduziu, com efeito, algumas rupturas essenciais na midiatisação das ações informacionais. Mas o processo de midiatisação mantido “entorpecido” por essas inovações havia começado anteriormente, digamos sobretudo em torno dos anos 1970. Agora, a produção das ações é favorecida e facilitada; a difusão é multiplicada,

mesmo que apenas em razão do alargamento do domínio midiático; a interatividade é tornada possível; o refinamento das estratégias na direção dos destinatários é mais fácil; as redes sociais estendem os contatos; a produção dos “amadores” tem ocasiões para se fazer valorizar; e o quadro tende a se internacionalizar um pouco mais (MIÈGE, 2012).

Na sua crítica sobre a onipresença dos discursos técnicos (tecnicistas), Miège julga como vã a separação entre os aspectos técnico e social, “pois ambos estão ligados através de numerosas mediações” (MIÈGE, 2009, p. 26), e acrescenta ainda que “o dispositivo técnico em si mesmo não é uma garantia, as condições sociais e econômicas devem ser levadas em conta, assim como os procedimentos e as lógicas comunicacionais; essas são, com certeza, na maioria das vezes, essenciais” (MIÈGE, 2009, p. 42). Na investigação de CS POA, se buscávamos resultados satisfatórios e que gerassem conhecimentos relevantes para o campo comunicacional – em relação a como as apropriações do ambiente digital participavam da configuração de CS POA e como se vinculavam aos processos comunicacionais presenciais na constituição dessa comunidade do *Couchsurfing* –, nem poderíamos nos ater ao âmbito técnico nem apenas ao social, o que resultaria na supressão da complexidade inerente à comunidade e aos processos comunicacionais que a compõem. Miège também nos ofereceu aporte no sentido de distinguir o que se enquadrava como uso e o que seria apropriação, dentro do contexto do avanço de redes sociais como o *Couchsurfing* na internet.

Os usos são as utilizações identificadas das Tics. Elas são qualificadas como sociais porque elas são comuns a vários indivíduos, formando categorias de usuários. Eles são constatados em curto prazo e correspondem a cada Tic, ou ao menos a cada dispositivo. Eles devem ser distinguidos das práticas sociais, de informação e de cultura, que não se limitam às Tic, mas são sobretudo relativamente duráveis e devem ser inscritas em longo prazo.

Elas se modificam, mas dependem dos hábitos culturais e variam em função de determinações sociais e culturais próprias às classes de indivíduos. As práticas (por exemplo, a prática cotidiana de informação ou a prática cinematográfica ou a prática de audição musical) são multimídias e multi-técnicas, e integram progressivamente os usos que produzem as mutações (MIÈGE, 2012).

5 Mediações e midiatização

Quanto às múltiplas mediações imbricadas nas interações entre o social e o técnico às quais Miège se refere, é imprescindível citar que essas mediações não conferem neutralidade a esses processos comunicacionais, e, no caso de CS POA, também podemos perceber que há um entremeado de ações tecnológicas imbricadas a valores de ordem social. Afinal, a mídia pode se configurar como espaço em que, através do simbólico e do discurso, ocorre a mediação do poder social (MIÈGE, 2000, p. 82).

A maior parte dos teóricos estão de acordo no que diz respeito a considerar que os usuários desempenham um papel ativo na criação de novos produtos. “A análise das práticas de comunicação”, escreve Josiane Jouët, “mostra que a invasão da ordem tecnológica no processo de comunicação não exclui a parte do social no conteúdo da ação”. No entanto, prossegue a autora, “a mediação do objeto tecnológico não é neutra e conduz a uma tecnologização da ação que, de fato, se localiza na realização de todas as atividades habituais por intermédio das tecnologias digitais. A racionalidade da técnica estrutura a prática que, em compensação, adota os valores de eficácia do objeto” (MIÈGE, 2000, p. 81)⁸.

O teórico francês (2000, p. 76) atenta para o fato de que, mesmo com a ausência de uma “inter-relação, *a priori*, entre as

8 Referência a JOUET, J. Pratiques de communication: figures de la médiation, *Réseaux*, CNET, n. 60, jul.-ago. 1993, CNET.

reflexões sobre a tecnologia e as feitas sobre mediação social e cultural”, não deveria haver dissociação entre essas reflexões na comunicação. Assim, ele explica que o desenvolvimento das TICs leva a questionamentos quanto às modificações que elas desencadeiam “ou são obrigadas a acompanhar no âmbito das estruturas de mediação” (MIÈGE, 2000, p. 76-77).

Considerando a importância das mediações nos processos que envolvem a comunicação e a informação, Miège delinea alguns elementos-chave para a investigação nas ciências da informação e da comunicação. São eles:

- a articulação entre os dispositivos tecnológicos da comunicação e a produção das mensagens e do sentido;
- a “inserção social” das tecnologias e, particularmente, a atividade dos usuários-consumidores no aperfeiçoamento dos dispositivos;
- a atenção aos “procedimentos” de escrita das mensagens (icônicas, sonoras, gráficas...) e das condições que presidem sua concepção e realização;
- a dimensão sociológica, política e econômica das atividades informacionais e comunicacionais que dão lugar a inovações e experimentações de novos suportes;
- estudo das mudanças ocorridas nos processos de mediação [...] (MIÈGE, 2000, p. 124).

Levando-se em consideração esses elementos propostos por Miège, que estão ligados também à noção de “dupla mediação”, na análise de CS POA foi essencial: considerar a produção de sentidos dos membros da comunidade no fórum do site, no espaço do *Facebook* e em suas ações tecnológicas; atentar para os processos de utilização da interface e para como são constituídas as mensagens (por exemplo, as chamadas semanais para os *meetings*), analisando também as regras tácitas da comunidade expressas nesses modos de fazer das mensagens, entre outros aspectos, como a performance dos membros online e offline.

Miège, ao referir-se à “dupla mediação”, explicou, em abril de 2012, que se recusa a “pensar na técnica como estanque e exterior à sociedade”, de forma a separar essas duas instâncias, e que é “levado a analisar os acontecimentos técnicos através da sua determinação social e, sobretudo, a partir dos modelos de organização e de lógicas sociais da comunicação” (MIÈGE, 2012). Além disso, o teórico também “analisa a mutação e as mudanças relativas à informação – comunicação através da emergência das TICs”, complementando ainda:

Temos, portanto, uma dupla mediação: de um lado, analisamos o desenvolvimento técnico através de uma série de determinações sociais; e, por outro, analisamos as evoluções da informação – comunicação, evoluções sociais, através da emergência das TICs, que evidentemente são ferramentas determinadas tecnicamente. É uma hipótese central que podemos qualificar de dupla mediação. Não fui eu que fiz essa proposta, nessa expressão, mas ela me parece correta. Mas ela não basta. Ela válida, mas ela é geral demais. E a análise não pode se levar por uma proposta tão geral. Mas essa ideia de dupla mediação não deve ser abandonada, ela é central. Por exemplo, ela vai nos permitir discutir, confrontar com os tecnólogos, as pessoas que têm uma visão técnica das TICs que são efetivamente muito numerosos e muito potentes, muito presentes na esfera pública (MIÈGE, 2012).

O conceito de mediação ao qual Miège se refere pode ser articulado ao modelo de pensamento de Martín-Barbero (1987; 1988), que, a partir do estudo das mediações, busca abranger as formas e instituições ligadas à comunicação em cada formação social, além das lógicas que regem os modos de mediação e também dos usos sociais dos produtos comunicacionais⁹.

9 “Lo que nos interesa es la propuesta de una teoría social de la comunicación basada en el paradigma de la mediación. Que es aquel modelo ‘que trabaja con intercambios entre entidades, materiales, inmateriales y accionales’ adecuado para “estudiar aquellas prácticas en las que la conciencia, la conducta y los bienes entran en proceso de interdependencia’ [...]. Un modelo que referido al campo del que nos ocupamos busca dar cuenta de las formas/instituciones que toma la comunicación en cada formación social, de las lógicas que rigen los

Martín-Barbero propôs o estudo das mediações como matrizes culturais relacionadas simultaneamente com as formas sociais, formatos industriais e lógicas de produção, com as dinâmicas culturais, com as gramáticas discursivas do outro e também com as estratégias de recepção e de consumo cultural, de acordo com os três regimes da instituição, da sociabilidade, da tecnicidade e dos rituais (OLLIVIER, 2008, p. 130).

A partir dessa articulação de conceitos e autores, foi possível analisar as mediações da comunidade CS POA, de forma a entender as dinâmicas e interações, bem como suas regras, usos, práticas e rituais. A princípio, pressupondo que havia dispositivos de mediações humanos e técnicos, pudemos perceber que as mediações se inter-relacionam com as questões de pertencimento em grupo (no caso de CS POA), bem como com as competências exigidas dos sujeitos agrupados em determinadas práticas – frisando que a tecnologia aqui é também considerada como constitutiva da identidade do grupo. Esses dispositivos, humanos ou não, promovem usos da comunicação em meio a um atravessamento cultural do contexto no qual as mediações ocorrem e dos confrontos culturais nos quais os sujeitos estão inseridos.

À época em que coletamos os dados, constatamos que o *Facebook* tem uma interface mais simples, mais fácil de interagir; então, permite compartilhamento e troca mais rápidos de conteúdos e possibilita que sejam postados vídeos e fotos. No site do CS é mais complicado, porque ele não permite o compartilhamento de conteúdo audiovisual de maneira simples. Há também uma expectativa de resposta mais rápida do *Facebook*, que é uma rede social que os membros estão adaptados a acessar muito frequentemente, se compararmos com o sistema do *Couchsurfing*, que os membros costumam acessar com irregularidade e com menos frequência. Por outro lado, os perfis dos sujeitos no *Facebook* são muito superficiais, enquanto há uma tendência de que sejam construídos perfis mais completos no CS, por questões de segurança, e a própria ferramenta de *couchrequest*¹⁰ viabiliza uma interação que não é possível pelo *Facebook*.

modos de mediación entre el ámbito de los recursos, la organización del trabajo y la orientación política de la comunicación, y por último de los usos sociales de los productos comunicativos" (MARTÍN-BARBERO, 1988, p. 9).

10 Ferramenta de solicitação de hospedagem no site do *Couchsurfing*.

Principalmente através do *Facebook*, notamos que há o compartilhamento de produções fotográficas (registros dos *meetings*), comunicacionais (artes gráficas, por exemplo) e audiovisuais (vídeos amadores feitos pelos membros), que são reflexos das condições tecnológicas e de experimentação estética/operativa que os membros têm. A mediação tecnológica em CS POA permite conectar sujeitos que antes não teriam como interagir e participar coletivamente dos processos comunicativos. As mudanças de tempo e espaço moldadas pela tecnologia estão relacionadas à dissolução de fronteiras geográficas e à velocidade das conexões, compartilhando em tempo real interações e mantendo vínculos com pessoas que não necessariamente estão presencialmente em Porto Alegre, como os membros que moram em outras cidades e participam ativamente da comunidade em âmbito digital. Percebemos a construção de uma proximidade mesmo à distância, mantendo esses vínculos com a capital gaúcha e sua cultura, com sujeitos dessa cultura.

A identidade gaúcha (em seus elementos comuns e diversidades relativas a culturas étnicas) matrícia essa comunidade, modelando as relações culturais/identitárias que aí se constituem. As considerações de Camila¹¹ (38 anos), em entrevista, expressam isso, quando ela diz que “simplesmente pelo fato de as pessoas que participam que são daqui, terem seus valores e terem seus costumes já tão sendo embaixadores desta sua cultura, de algum jeito”.

As culturas de Porto Alegre e do Rio Grande do Sul estão presentes nas atividades da comunidade, em termos de práticas, expressões típicas e até atitudes com lógicas formadas na cultura gaúcha. Embora os sujeitos não percebam como as culturas acolhidas podem ser absorvidas por CS POA, pensamos, a partir de nossas observações, que as interações com outras culturas podem modificar elementos da comunidade: por exemplo, o impacto de determinados conflitos pode evitar que desentendimentos similares se repitam.

Os convites para atividades e as informações nos cenários digitais da comunidade geralmente estão relacionados a manifestações culturais em Porto Alegre ou no Rio Grande do

Sul, a práticas típicas do cenário local. No entanto, há também um atravessamento dessas culturas nos conflitos, através de posicionamentos etnocêntricos de alguns membros, por exemplo, que restringem as possibilidades de cidadania comunicativa e cultural na comunidade (COELHO, 2014). Por outro lado, a hospitalidade gaúcha é um elemento marcante em CS POA, mediante as interações e potencializando a cidadania no âmbito da comunidade.

Em relação à cultura da hospitalidade, analisamos que, apesar de algumas limitações, a hospitalidade está fortemente presente na cultura da comunidade. É difícil achar uma predisposição a acolher desconhecidos hoje, nas grandes cidades, mas é algo que se encontra enraizado em algumas culturas e que está sendo potencializado por meio do *Couchsurfing*. A hospitalidade é praticada por todos – em maior ou menor grau – na comunidade.

No entanto, Camila ressalva que a acolhida ocorre de maneira diferente, porque em vez de sentir pena do sujeito que está longe de sua família, ele é visto como alguém que pode dar um retorno:

[...] no CS, eu acho que é muito mais com a intenção de tomar algo que o estrangeiro pode te dar. Como “ah, ele vem de outro país, quero saber, quero que me conte, quero aprender coisas”. Acho que não é pra falar ‘pobre, tá longe da sua família’, não, nada disso, é mais por interesse, por querer saber, por curiosidade (Camila, 38 anos).

A hospitalidade nas interações de CS POA não seria restrita à hospedagem propriamente dita:

Eu gosto muito de conhecer pessoas e acredito que o pessoal do CS também goste muito de conhecer pessoas diferentes, porque aqui a gente convive só com pessoas que, querendo ou não, têm a mesma cultura que a gente, que fazem várias coisas parecidas, que falam do mesmo jeito e a gente aprende muita coisa com quem vem de fora e com quem é diferente de nós. E eu particularmente gosto

bastante quando vem alguém. Eu não hospedo ninguém porque eu moro com meus pais e principalmente agora que a gente tá de reforma não tem onde ficar bem acomodado. Mas eu sempre gosto de conversar com as pessoas que estão aqui, pra saber “ah, como é lá onde tu mora, o que vocês fazem? Aqui a gente faz diferente. O que acharam de tão diferente aqui do lugar que moram” e acho que mais isso assim, as pessoas ter um pouco de convivência, acreditar tipo “ah, tu vai deixar uma estranha entrar na tua casa?”. Tá, e qual é o problema, sabe? Tenha um pouco de fé na humanidade, um pouquinho. Tipo assim, não vai ser um ladrão, não vai sair daqui roubando (Luisa¹², 25 anos).

Refletir sobre essas mediações é tão importante quanto sobre o processo de midiatização. Para Bernard Miège, “a midiatização não cobre todos os fenômenos da comunicação. O fenômeno da mediação existe nas sociedades há muito tempo nos âmbitos cultural, social, político e jurídico. Não se confunde mediação cultural com midiatização cultural, por exemplo. A comunicação/informação refere-se à midiatização” (CORRÊA, 2009, p. 122). E, apesar de Miège fazer distinções entre “midiatização” e “mediação”, não as considera como processos divergentes:

Ao contrário, propõe uma visão de complementaridade e reenquadramento, nos quais os fenômenos midiáticos intermediados pelas diversas instâncias de mediação social passam também a ter uma intermediação por meio dos veículos suportados pelas TICs. O autor discute em seu livro mais recente diferentes e convergentes olhares sobre o processo de midiatização da comunicação – dos meios da comunicação, da pedagogia e da esfera pública, entre os principais – e reforça conclusivamente a centralidade da comunicação midiatizada no contexto da sociedade da informação. Os processos comunicacionais que trafegam no mundo das TICs (ou a comunicação digital, se quisermos cunhar o termo) não se referem apenas às dife-

rentes modalidades de inserção e relações sociais, mas, sobretudo, àqueles decorrentes das ações comunicacionais. Miège abre em suas proposições a perspectiva da web 2.0 como um fenômeno comunicacional típico da comunicação midiaticizada, por meio de sua capacidade de apreensão e inclusão do processo de recepção e da relação entre receptores (CORRÊA, 2009, p. 123).

A midiaticização, enquanto processo de diversas facetas, seria um aspecto central para estabelecer as TICs nas sociedades da contemporaneidade (MIÈGE, 2009, p. 107). No entanto, o que talvez mais nos chama atenção quanto à perspectiva de Miège em relação à midiaticização seja o fato de o teórico considerá-la como um processo não exclusivo – mas dentro de um entremeado de outros processos – e de reivindicar metodologias adaptadas em seu estudo “que não se reduzem às ciências sociais (sociologia, ciência política); de fato, do ponto de vista da comunicação, o que é implicado pelo avanço das Tic são apenas as modalidades pelas quais elas se interessam pelas relações sociais, assim como o que acontece com nossas ações comunicacionais” (MIÈGE, 2009, p. 107).

No estudo sobre a comunidade CS POA, realizamos movimentos levando em conta a articulação entre formas mais tradicionais de interação e novas formas advindas com a emergência do digital em complexos espaços e cenários (situados entre o presencial e o virtual), tal como Sodré (2002) nos sugere pensar o novo bios da midiaticização, uma concepção que converge com o posicionamento de Miège. Com a emergência do digital, o processo de midiaticização também tem proporcionado novas concepções de tempo e de espaço destoantes das noções espaço-temporais clássicas¹³. Partindo da ideia de que os fluxos comunicacionais e midiáticos participam da construção da sociedade contemporânea, Sodré (2002) também propõe a existência de um bios virtual que trouxe novas formas de representação e de códigos, constituindo um novo meio, o qual vai muito além de um dispositivo técnico e configura-se como “o fluxo comunica-

13 “[...] tempo real e espaço virtual operam midiaticamente o redimensionamento da relação espaço-temporal clássica” (SODRÉ, 2002, p. 20).

cional, acoplado a um dispositivo técnico e socialmente produzido pelo mercado capitalista, em tal extensão que o código produtivo pode tornar-se ‘ambiência’ existencial. Assim, a Internet, não o computador, é medium” (SODRÉ, 2002, p. 20). No entanto, observamos aqui que nem todo fluxo comunicacional, como propõe Sodré,   produzido pelo mercado, como acontece nas produ es comunicativas de CS POA.

Entendemos, assim, que cada vez mais as tecnologias se voltam a processos de conexões e de fluxos, a novas maneiras de intera o, de forma que os meios de comunica o deixam de ocupar somente o posto da media o para constituírem uma nova matriz e serem integrados a esse entorno (ou ambiência midiatizada). Para o desenvolvimento da nossa investiga o, foi preciso também relacionar a comunidade CS POA – situada na ambiência complexa da midiatiza o – com o surgimento de novos espaços de vínculo comunitário e das lógicas adaptadas ao cenário digital. Afinal, a midiatiza o envolve institui es, sujeitos, práticas e apropria es que se modificam e se atualizam diante de novas concep es espaçotemporais.

6 Considera es finais

No processo de constru o de uma pesquisa, os movimentos empíricos e teóricos acabam por gerar nos pesquisadores mais d vidas que certezas e respostas, de forma a contribuir para o desencadeamento de questionamentos que poderão originar outras investiga es. Essas pistas, quando estimulam a formula o de novos problemas de pesquisa em torno de fenômenos interligados, podem ser o início da compreensão de problemáticas comunicacionais em nível macro. Este texto exp  possibilidades e inquieta es apoiando-se em uma investiga o de nível micro recém-concluída.

Mi ge contribui para uma leitura reflexiva sobre os processos informacionais e comunicacionais e para a percep o da necessidade de as pesquisas de comunica o não c rem no que ele chama de tecnodeterminismo. A complexidade das TICs exige que a comunica o seja encarada como um processo mais rico e complexo do que consideram as teorias tecnicistas. Dessa

forma, buscamos investigar a comunidade CS POA não a partir de uma perspectiva simplista ou reducionista, mas que contemplasse a complexidade do objeto – atravessado por diversas mediações – em um contexto no qual está constituída uma sociedade em vias de midiaticização.

As mediações analisadas estão correlacionadas às identidades culturais e podem indicar formações, segmentações e lógicas de CS POA, de forma a envolverem dispositivos humanos e não humanos, possibilitando investigar sujeitos e instituições, temporalidades, fluxos e matrizes. CS POA é uma comunidade que conecta sujeitos que não estão em um mesmo espaço físico, mas que compartilham um mesmo espaço digital, sem fronteiras geográficas. As tecnologias têm suas restrições e, diante de algumas limitações comunicativas do sistema do CS, foi criado um espaço no *Facebook* para aumentar as possibilidades de interação dos membros, que estão inseridas em um momento que não corresponde ao “tempo físico”, mas são traçadas pela velocidade das interações e pela possibilidade de retomada dessas interações em outras oportunidades. Esses dispositivos estão inscritos em um emaranhado de mídias e mediações que estão em processo de mudança e que impactam o espaço público, de acordo com Miège, em suas dimensões políticas e sociais.

E, mais do que nossas constatações e articulações, ficam muitos questionamentos a serem desenvolvidos em pesquisas futuras. Afinal, faz-se pertinente questionar sobre as transformações pelas quais muitas comunidades têm passado, já que os dispositivos técnicos se articulam e incidem sobre as negociações identitárias para além da oferta de um suporte ou materialidade.

Referências

COELHO, T. F. C. **Processos comunicativos digitais e presenciais na comunidade CS POA: relações culturais/identitárias e perspectivas de cidadania comunicativa e cultural.** 246 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2014.

- CORRÊA, C. H. W. Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede. **Ciberlegenda**, Universidade Federal Fluminense, n. 13, p. 1-15, 2004. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/cyntia1.htm>>. Acesso em: set. 2011.
- CORRÊA, E. S. Comunicação e tecnologia na sociedade: uma dimensão transversal. **Matrizes**, ano 3, n. 1, p. 121-126, ago.-dez. 2009. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/matrizes/index.php/matrizes/article/viewFile/116/187>>. Acesso em: ago. 2012.
- MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones**. México: Gustavo Gilli, 1987.
- MARTÍN-BARBERO, J. Euforia tecnológica y malestar en la teoría. **Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 20, p. 7-16, 1988. Disponível em: <<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/20-revista-dialogos-euforia-tecnologica-y-malestar-en-la-teoria.pdf>>. Acesso em: jun. 2012.
- MIÈGE, B. **A sociedade tecida pela comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- MIÈGE, B. **Digitalização e midiatisação**: aproximações e rupturas – Entrevista com Bernard Miège. 2012. Disponível em: <<http://www.ciseco.org.br/index.php/noticias/entrevistas/15-entrevistas/110-digitalizacao-e-midiati-zacao-aproximacoes-e-rupturas.html>>. Acesso em: ago. 2012.
- MIÈGE, B. **Fundamentos Sociais das Tecnologias de Informação e Comunicação**. Aulas proferidas na UNISINOS, São Leopoldo, abril, 2012.
- MIÈGE, B. **O pensamento comunicacional**. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 2000.
- OLLIVIER, B. Medios y mediaciones. **Revista Anthropos** – Jesus Martín Barbero – Comunicación y culturas en América Latina, n. 219, p. 121-131, 2008.
- PALACIOS, M. Cotidiano e sociabilidade no ciberespaço: apontamentos para discussão. In: FAUSTO NETO, A.; PINTO, J. M. (org.). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996. p. 87-104. Trabalho originalmente publicado no IV Encontro da COMPÓS, Brasília, 1995.

- RECUERO, R. Comunidades virtuais em redes sociais na internet: uma proposta de estudo. In: COMPÓS 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/57/57>>. Acesso em: jun. 2012.
- SODRÉ, Muniz. O ethos midiaticizado. In: _____. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 11-83.

O “religioso” comunicacionalmente autonomizado: as redes e a reconstrução do “católico”

The communicationally autonomized “religious”: The networks and the reconstruction of the “Catholic”

*Moisés Sbardelotto*¹

RESUMO: As práticas sociais no ambiente online, a partir de lógicas midiáticas, complexificam hoje também o fenômeno religioso. Formam-se novas modalidades de percepção e de expressão do sagrado em novos ambientes de culto. Cada vez mais, o fenômeno religioso se desloca para ambientes “públicos” – como as plataformas sociodigitais como Facebook, Twitter, Instagram. Neste artigo, a partir das contribuições de Bernard Miège, refletiremos sobre as inovações sociotécnicas em tempos de digitalização, analisando as estreitas relações entre o social, o religioso e a técnica, marcadamente em plataformas sociodigitais. Em seguida, a partir de um caso empírico de circulação de elementos do catolicismo no Facebook, apresentamos algumas inferências

1 Doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), na linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais, com estágio doutoral na Università di Roma “La Sapienza”, na Itália. Possui graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: m.sbar@yahoo.com.br. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7541172349566613>

sobre o papel dos “amadores” e de suas ações de reconexão, naquilo que chamamos de dispositivo conexial, ou seja, uma sócio-tecno-simbolicidade comunicacional especificamente contemporânea. Por fim, concluímos que surge uma nova organização religiosa a partir das redes comunicacionais que se constituem em plataformas sociodigitais, o que aponta para uma autonomização crescente dos indivíduos religiosos perante as práticas e as identidades religiosas.

PALAVRAS-CHAVE: plataformas sociodigitais, redes comunicacionais, reconexão, dispositivo conexial, religião.

ABSTRACT: The social practices in the online environment, based on media logics, also complexify the religious phenomenon nowadays. New modes of perception and expression of the sacred are formed in new environments of worship. Increasingly, the religious phenomenon moves to “public” environments – to socio-digital platforms such as Facebook, Twitter, Instagram. In this article, based on the contributions of Bernard Miège, we will reflect on sociotechnical innovations in times of digitization, analyzing the close relations between the social, the religious and the technique, markedly in socio-digital platforms. Then, based on an empirical case of the circulation of elements of Catholicism on Facebook, we present some inferences about the role of the “amateurs” and their actions of reconnection, in what we call connectial dispositive, that is, a specifically contemporary communicational socio-techno-symbolicity. Finally, we conclude that a new religious organization emerges from the communicational networks that constitute socio-digital platforms, which points to an increasing autonomization of religious individuals vis-à-vis religious practices and identities.

KEYWORDS: socio-digital platforms, communicational networks, reconnection, connectial dispositif, religion.

1 Introdução

As práticas sociais no ambiente online, a partir de lógicas midiáticas, complexificam hoje também o fenômeno religioso. Formam-se novas modalidades de percepção e de expres-

são do sagrado em novos ambientes de culto (SBARDELOTTO, 2012). Cada vez mais, o fenômeno religioso se desloca para ambientes “públicos” como as plataformas sociodigitais (Facebook, Twitter, Instagram, etc.). O “sagrado” passa a circular, fluir, deslocar-se nos meandros da internet por meio de uma ação não apenas do âmbito da “produção” institucional religiosa, mas também mediante uma ação comunicacional dos inúmeros “pontos” (usuários) que compõem a *web*.

Foi o que os próprios bispos católicos reconheceram ainda em 2012, no texto preparatório oficial para um Sínodo dos Bispos de todo o mundo, isto é, uma assembleia da cúpula da Igreja Católica mundial, que ocorreria em outubro do mesmo ano sobre a “nova evangelização”. No documento, eles afirmavam:

As novas tecnologias digitais deram origem a um verdadeiro e próprio espaço social, cujos laços são capazes de influir sobre a sociedade e sobre a cultura. Atuando na vida das pessoas, os processos mediáticos tornados possíveis por estas tecnologias chegam a *transformar a própria realidade. Intervêm de modo incisivo na experiência das pessoas* e permitem um alargamento das potencialidades humanas. Da influência que eles exercem depende a *percepção de nós mesmos, dos outros e do mundo* (SÍNODO, 2012, s/p, grifos nossos).

A Igreja, portanto, também se debruça sobre os meios de comunicação e reconhece seu papel até mesmo na “transformação da própria realidade”. Reconhecendo as “potencialidades” das plataformas sociodigitais e de suas redes comunicacionais, o Vaticano também reconhece que elas

não eliminam, porém, os riscos que a difusão excessiva de uma semelhante cultura já está a gerar. Manifesta-se uma profunda *atenção egocêntrica às necessidades individuais*. Afirma-se uma *exaltação emotiva das relações e dos laços sociais*. Assiste-se ao debilitamento e à perda do valor objetivo das experiências profundamente humanas, tais como a *reflexão e o silêncio*; observa-se uma *excessiva afirmação do pensamento individual*. Reduz-se

progressivamente a ética e a política a *instrumentos de espetáculo*. A situação extrema a que podem conduzir estes riscos é à chamada *cultura do efêmero, do imediato, da aparência*, ou uma sociedade *privada de memória e de futuro*. Num semelhante contexto, é pedida aos cristãos a audácia de frequentar estes “novos areópagos”, aprendendo a dar uma valorização evangélica, encontrando os instrumentos e os métodos para tornar audível também nestes lugares hodiernos o patrimônio educativo e de sapiência conservado pela tradição cristã (SÍNODO, 2012, s/p, grifos nossos).

A Igreja Católica, em sua especificidade, também reconhece os “riscos” que ela mesma, como instituição, já está correndo com o avanço das redes comunicacionais online: individualização, espetacularização, efemerização, etc. do religioso. Ou seja, em sociedades em midiaticização, a internet passa a ser também uma ambiência social não apenas de vivência, prática e experiência da fé, mas também de circulação e reconstrução dos sentidos religiosos.

Em plataformas sociodigitais como Facebook, Twitter, Instagram, etc., ambientes online de sociabilidade, manifestam-se “pontos” de interação e de intensas trocas comunicacionais, atemporais e aespaciais, entre internautas. Nesses ambientes, há inúmeros sentidos religiosos em circulação, por meio de certas lógicas e regularidades. A sociedade em geral, nos mais diversos âmbitos da internet, *fala sobre* o “religioso” – neste caso, sobre o “católico”, ou seja, construtos simbólicos que a sociedade como um todo considera como vinculados ou relacionados à prática e à identidade da Igreja Católica. Assim, ressignificam-se socialmente a experiência, a identidade, o imaginário, a doutrina, a tradição religiosas católicas via mídias.

Aqui, para além de uma possível experiência religiosa na internet, portanto, interroga-nos a *experimentação religiosa* feita em rede. Para além do caráter privado da fé online, interroga-nos o *aspecto público* do fenômeno religioso em suas manifestações comunicacionais digitais. Para além de uma prática ritual de fé, interroga-nos a construção de uma *prática sociocomunicacional sobre a religião*. Neste artigo, a partir das contribuições de Bernard Miège, refletiremos sobre as inovações sociotécnicas em tempos

de digitalização, analisando as estreitas relações entre o social, o religioso e a técnica, marcadamente em plataformas sociodigitais. Em seguida, a partir de um caso empírico de circulação de elementos do catolicismo em plataformas sociodigitais, apresentamos algumas inferências sobre o papel dos “amadores” e de suas ações de reconexão, naquilo que chamamos de dispositivos conexiais, ou seja, uma sócio-tecno-simbolicidade comunicacional especificamente contemporânea. Por fim, concluímos que surge uma nova organização religiosa a partir das redes comunicacionais que se constituem em plataformas sociodigitais, o que aponta para uma autonomização crescente dos indivíduos religiosos perante as práticas e as identidades religiosas.

2 Estratégias e ações, usos e práticas: as relações comunicacionais entre o social, o religioso e a técnica

Para compreender o fenômeno da circulação do “católico” nas plataformas sociodigitais, recorreremos a Bernard Miège em sua definição de *mídia*, conceito que irá, também, permear sua definição do fenômeno da midiatização, ambos bastante caros ao nosso interesse de pesquisa. Segundo o autor, as mídias não são entendidas apenas como aparatos tecnológicos, mas sim como “*dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos*, baseados cada vez mais no conjunto de técnicas (e não mais em uma única técnica, como antigamente)” (MIÈGE, 2009, p. 110). Nesse contexto, as tecnologias da informação e da comunicação propriamente ditas são apenas a “base material das mídias” (MIÈGE, 2009, p. 111). As mídias, portanto, são dispositivos *técnicos* que ganham sentido *a partir dos usos e práticas sociais*. São *interfaces sociotécnicas* que passam a estabelecer redes complexas de circulação comunicacional.

Nesse contexto, a midiatização pode ser entendida como uma “ação das mídias”, pois aponta para “os fenômenos midiatizados pelo intermédio não das numerosas instâncias de mediação social, mas pelo intermédio de mídias no sentido específico do conceito” (MIÈGE, 2009, p. 83). A midiatização revela aquilo que, “nas relações interindividuais e mesmo intergrupais ou in-

traorganizacionais, se produz quando uma Tic, ou melhor, um dispositivo, interpõe-se entre Eu e Você, Eu e Nós, Nós e Nós”. Ou seja, as “modificações dos próprios atos de comunicação”, também em âmbito religioso.

Contudo, em nossa pesquisa, interessamo-nos por um fenômeno que ocorre a partir de uma *sociotecnidade* específica da contemporaneidade, a saber, as plataformas sociodigitais, que manifestam de forma bastante evidente a relação sociotécnica no que tange à midiatização. Por isso, é relevante, antes de nos debruçarmos especificamente sobre nosso objeto, refletir, a partir das contribuições do autor, sobre o conceito de técnica e de digital.

Miège (2009) se recusa a analisar a técnica como uma instância exterior à sociedade. Para o autor, é preciso analisar “os desenvolvimentos técnicos através de suas determinações sociais [...] e das lógicas sociais da comunicação”, que se manifestam como *processo*, ou seja, como “movimento da sociedade bem identificado, em curso, feito de mutações e mudanças diversas, e em torno do qual, em longo prazo, se afrontam e se confrontam as estratégias dos atores sociais envolvidos” (MIÈGE, 2009, p. 18). Ou seja, “a esfera técnica também é feita de social”, e aí se manifesta uma “dupla mediação”, que “é ao mesmo tempo técnica, pois a ferramenta utilizada estrutura a prática, mas a mediação é também social, porque os motivos, as formas de uso e o sentido atribuído à prática se alimentam no corpo social” (JOUËT apud MIÈGE, 2009, p. 46).

Segundo o autor, é importante perceber como essa dupla mediação – técnica e social – *se articula*, sem pensar que o social é determinado pela, depende da ou se adapta à técnica. Em vez de determinismo, Miège (2009, p. 21) prefere falar em “enraizamento social” de algumas “determinações técnicas”.

Para o autor, “todo dispositivo técnico modifica numa certa medida a comunidade, e institui uma função que torna possível o advento de outros dispositivos técnicos” (MIÈGE, 2009, p. 45). Portanto, ocorreria uma “tecnicização da ação” (JOUËT apud MIÈGE, 2009, p. 47), que se manifesta, em nosso caso de estudo, também na construção e vivência do “religioso” em rede. As práticas e processos religiosos, dessa forma, também passam a operar mediante novos modos de fazer, es-

truturados a partir da “racionalidade da técnica” (JOUËT apud MIÈGE, 2009, p. 47).

Essa racionalidade, hoje, baseia-se no fenômeno da informacionalização digital, por exemplo, em plataformas sociodigitais como Facebook, Twitter, Instagram, etc. Segundo Miège (2009, p. 32), a inovação sociotécnica atual está centrada no *digital* (digitalização, compressão dos dados) e na *internet* (rede física integrada). Aí se manifestam, segundo o autor, novas modalidades midiáticas como a *self-media*, a *automedial* ou ainda a *plurimedial*. A digitalização, portanto, manifesta-se como uma “construção social, cujos contornos resultam ao mesmo tempo das limitações ligadas às lógicas socioeconômicas dominantes e da ação mais ou menos eficiente de diversos grupos sociais” (TREMBLAY; LACROIX apud MIÈGE, 2009, p. 37). Assim, também no digital manifestam-se *determinações técnicas* que se articulam e se complexificam a partir de uma *construção social*.

Para Miège (2009, p. 68) é importante perceber como a informacionalização é “um processo ou [...] uma lógica social da comunicação que se caracteriza pela circulação crescente e acelerada dos fluxos de informação, tratada ou não, tanto na esfera privada como [...] no espaço público”. Aqui, portanto, manifesta-se um “fenômeno de ruptura” e uma “nova revolução das tecnologias da informação”, pois agora “o internauta está na fonte do sistema. Ele o alimenta, o modifica sem parar. Graças à tecnologia da *web* participativa, a inovação vem da parte inferior da pirâmide, ou seja, das pessoas simples” (BURGELMAN apud MIÈGE, 2009, p. 84). Em termos religiosos, essa ruptura é muito mais significativa, pois pressupõe um domínio dogmático e hierárquico do discurso e da prática religiosos, que se vê abalado por essa “nova revolução”, manifestada nas redes comunicacionais online.

Manifesta-se assim uma “comunicação de massa individual” (CASTELLS apud MIÈGE, 2009, p. 88) ou um “individualismo conectado”, já que as tecnologias da informação e da comunicação “colocam fim nas separações observadas entre espaço profissional, espaço privado e vida pública” (FLICHY apud MIÈGE, 2009, p. 88), oferecendo novos meios para reforçar a *autonomia individual* e os *contatos sociais*. A individualização

das práticas sociorreligiosas aponta para novas “maneiras de fazer” do religioso e do “católico” nas interações digitais em rede: não apenas uma *identidade* oficial católica, mas também novas articulações de *comunidade* que reconfiguram essa identidade; não mais apenas uma *autoridade* eclesial oficial, mas também *alteridades* religiosas em conexão que deslocam aquela autoridade; não mais apenas uma *heteronomia* que determina e define a identidade e a prática católicas, mas também a *autonomia* dos indivíduos, que inovam e inventam sociotecnicamente o “católico” a partir de “estratégias, técnicas e ações” comunicacionais (MIÈGE, 2009, p. 155)².

Por outro lado, coloca-se em questão a relação público-privado de forma mais complexa. Agora, em rede, os internautas trocam informações privadas e até mesmo íntimas sobre sua experiência religiosa, que “tornam-se, pela primeira vez, visíveis, portanto, exploráveis” (BURGELMAN apud MIÈGE, 2009, p. 85). Na internet, manifesta-se

o encontro de ferramentas e de um movimento social profundo, que é feito do questionamento das instituições [como a Igreja] (e das meta-histórias, como diziam os pós-modernos), da importância crescente da informação, do fato de que o conhecimento à disposição de cada um de nós aumenta constantemente, e da vontade de participar [ou da necessidade de se sentir em comunidade]. É um passo, além disso, em direção à sociedade em redes, na qual as relações indivíduos-grupos são profundamente modificadas. As associações contam menos do que a conexão (PISANI apud MIÈGE, 2009, p. 85).

2 Sem dúvida, aqui, em termos de plataformas sociodigitais, abordamos mais *utilizações* do que propriamente *usos sociais*: aquelas contribuem para a formação e a cristalização histórica destes. Ou seja, é a “reprodução de utilizações constantes e recorrentes, integradas na cotidianidade [...] que constituem os usos sociais” (LACROIX et alii, apud MIÈGE, 2009, p. 180). E se diante dos usos sociais as utilizações pressupõem um curto espaço de tempo, os usos sociais, por sua vez, pressupõem também um curto espaço de tempo em comparação com as *práticas sociais*: estas estão situadas em um tempo relativamente longo. Portanto, diante de fenômenos tão recentes como a internet e as plataformas digitais, “importa traçar os contextos, pelo menos aqueles que são mais relevantes, em torno dos quais se centraliza a pesquisa sobre as práticas” (MIÈGE, 2009, p. 181).

Nas plataformas sociodigitais, por exemplo, a informação privada sobre a experiência religiosa de cada indivíduo pode ser exposta na esfera pública. Ocorre assim um “fenômeno de transferência de uma informação obviamente privada em direção à esfera pública” (MIÈGE, 2012b, p. 6). Tal fenômeno demanda um repensamento sobre a prática religiosa, tradicionalmente vinculada a uma experiência “eu x Tu” de grande privacidade e intimidade.

Nesse sentido, as processualidades comunicacionais envolvidas nas práticas religiosas em rede ajudam a moldar, neste caso, o “catolicismo das redes”, o construto “católico” que é possível perceber e apreender nos fluxos comunicacionais da internet. É a partir desse contexto que podemos focar nossas lentes de análise sobre nosso objeto de pesquisa, a reconstrução do “católico” nas redes comunicacionais que se constituem em plataformas sociodigitais, tensionando-o a partir das propostas do autor.

3 A circulação do “católico” e sua reconstrução em rede

Fora do âmbito oficial da Igreja Católica na internet (como os seus sites institucionais), existem inúmeros ambientes sem nenhuma vinculação com a fé católica – como contas e páginas em plataformas sociodigitais –, em que usuários comuns encontram formas de *dizer* o “católico” de forma pública. São ambientes fluidos “entre o privado e o público; entre a instituição e o indivíduo, entre a autoridade e a autonomia individual, entre os grandes enquadramentos midiáticos e o prosumo (*prosumption*) individual” (HOOVER & ECHCHAIBI, 2012, p. 16, tradução nossa). Nesses ambientes, dá-se a *tensão* entre a identidade/prática oficial da Igreja e a sua identidade/prática social.

No Facebook, por exemplo, há inúmeras páginas criadas por usuários comuns e grupos referentes a temáticas católicas. Nelas, os internautas se apropriam de elementos católicos, (re) criando sentidos sobre o catolicismo. Um desses casos é a página *Catecismo da Igreja Católica*³.

3 Disponível em <<http://www.facebook.com/catecismobrasil>>.



Figura 1 - Página “Catecismo da Igreja Católica” no Facebook

A página não faz parte da oficialidade institucional católica, tendo sido criada por um “apostolado de catequese católica, nascido em 1992 do coração de São João Paulo II e fundado por Orlando Silva Junior em julho de 2009”⁴. Além do Facebook, o grupo conta com presenças também no Twitter⁵ e no Instagram⁶, por exemplo. Assim, nas redes comunicacionais que se estabelecem no entrecruzamento dessas plataformas em torno da própria doutrina da Igreja (como o Catecismo), esse grupo responde como “máxima autoridade” acerca das temáticas católicas nos debates que se instauram, por exemplo, nas inúmeras trocas comunicacionais entre os visitantes dessa página no Facebook – e são vários, visto que mais de 198 mil internautas (até fins de 2016) manifestaram seu apoio e reconhecimento à proposta da página, clicando no link “Curtir” (um número, aliás, que supera muito o de outras páginas católicas oficiais, como a *News.va* no Facebook⁷, que, no mesmo período, contabilizava 26 mil “curtidas”). Desse modo, a “mediação” entre o “canonicamente certo” e o “canonicamente errado” passa por esses novos *gatekeepers*, a partir de inúmeras contribuições diversas e difusas.

4 Disponível em: <<https://www.facebook.com/catecismobrasil/about/>>.

5 Disponível em: <<https://twitter.com/catecismobr>>.

6 Disponível em: <<https://www.instagram.com/catecismobrasil/>>.

7 Disponível em: <<https://www.facebook.com/news.va.pt/>>.

Em suas postagens sobre o catolicismo e no diálogo público que se estabelece entre os leitores e a página, ou entre os próprios leitores nos campos de comentários em tais plataformas, percebe-se um certo apagamento das fronteiras entre especialistas religiosos e fiéis, mediante práticas conectadas e cooperativas na internet, isto é, formas de participação e de cooperação dos usuários em rede. Há também um contexto de reinvenção dos modelos de inovação sociotécnica mediante “práticas bricoladoras”: bricolagem esta que se faz sobre o social (no caso, a religião) e também sobre a própria tecnologia, a partir dos usos religiosos do Facebook, do Twitter ou do Instagram.

Assim, os usuários agora também podem (e são convocados a) criar, remixar e compartilhar conteúdos e práticas religiosos em ambientes sociotécnicos e sociossimbólicos de fácil utilização, como tais plataformas. Em nível social, técnico ou simbólico, portanto, os agentes podem intervir nas plataformas mediante diversas ações: *deslocando* ou *desviando* o espectro dos usos previstos (por exemplo, construindo ambientes de experiência e prática religiosa); e *adaptando* ou *estendendo* as funções técnicas ou elementos sociossimbólicos (como postagens, comentários, “curtidas”, etc.) para responderem a necessidades e desejos em vista dos objetivos específicos de tais grupos.

Nessa articulação complexa entre socialização em rede, tecnicização digital e simbolização religiosa, surge um contexto de reinvenção das práticas religiosas. A experiência religiosa é transformada pela interação em rede entre os usuários, explicitando não apenas uma pluralidade de sentidos religiosos em torno do catolicismo, mas também a possibilidade de sua reconstrução pública, em uma ruptura de escala, de alcance e de velocidade em relação aos processos sócio-históricos de constituição do catolicismo. Em um ambiente de crescente pluralismo e reflexividade, crenças e práticas tradicionais ou convencionais vão sendo confrontadas com soluções alternativas e criativas, que se interconectam em rede.

Tais estratégias, técnicas e ações comunicacionais apontam para uma tríplice rede em jogo: uma rede (internet) de redes (dispositivos como o Facebook) em que circula uma rede de construtos sobre o “católico”. Essas relações se dão mediante um

dispositivo específico da sociotecnicidade contemporânea, que buscaremos detalhar agora.

4 Dispositivos conexiais e reconexões: proposições sobre as matrizes comunicacionais digitais contemporâneas

Como vemos, nas plataformas sociodigitais, manifestam-se mais claramente as “competências comunicacionais” (MIÈGE, 2009, p. 97) em ação por parte dos diversos internautas sobre o “religioso”. Ou seja, é possível perceber que as plataformas sociodigitais permitem que “não profissionais [ou não autoridades religiosas], reconhecidos como profissionais ‘legítimos’, ofereçam suas próprias informações, e que elas se tornem informações de fato a partir do momento em que são mais ou menos ‘formatadas’ e difundidas” (MIÈGE, 2009, p. 70). Os sentidos assim propostos “têm um caráter público (não são reservados aos especialistas e aos profissionais) e [...] intervêm às margens da informação” (MIÈGE, 2009, p. 116) e da autoridade e da instituição eclesiais.

Se em seus sites oficiais as instituições religiosas detinham um certo “controle sobre a informação difundida” e exerciam uma “ação de moderação” e uma “função de filtro [...] de seleção e de validação, entre o discurso cidadão e o espaço público”, as plataformas sociodigitais instauram uma nova modalidade de comunicação, ativando um “dispositivo de publicização do discurso leigo” (BLANCHARD apud MIÈGE, 2009, p. 169). Manifesta-se, assim, a relativização da autoridade eclesial e a correlata autonomização do fiel nas práticas religiosas.

Aqui valemo-nos também das contribuições de Flichy (2010, p. 7, tradução nossa), nesse sentido, ao afirmar que, com o avanço da internet, “os amadores ocuparam o centro do palco” e “se encontram hoje no coração do dispositivo de comunicação”. “As tecnologias digitais são profundamente marcadas pelos comportamentos de autonomia individual e de ‘conectividade’ [*mise en connexion*]” (FLICHY, 2010, p. 15, tradução nossa), contribuindo para o desenvolvimento de novas práticas sociais.

Para o autor, surge um novo tipo de indivíduo: o *pro-am*, profissional-amador, que desenvolve suas atividades amadoras (ou profanas/leigas, no caso religioso) segundo os padrões profissionais (ou sagrados/religiosos).

Afirma Flichy (2010, p. 8, tradução nossa): “Hoje, graças à ‘inteligência coletiva’ fornecida pela rede, um simples amador [profano/leigo] pode mobilizar conhecimentos idênticos aos do especialista [sagrado/religioso]”, como no caso dos administradores da página *Catecismo da Igreja Católica* no Facebook: agora, um católico (ou até não católico) “qualquer” pode responder como instância máxima da jurisdição eclesial junto aos internautas em rede, conectando-se também com competências religiosas de nível comunicacional de diversos outros internautas.

Manifesta-se nesses casos a “invenção do religioso” por parte do internauta comum, que atua sobre os saberes e “desenvolve práticas refratárias e originais, bricolagens que podem desembocar em descobertas” (FLICHY, 2010, p. 10, tradução nossa). O amador, portanto, chega a uma “expertise ordinária” mediante sua aquisição pela experiência e prática cotidianas. “Suas atividades não dependem da constrição de um trabalho ou de uma instituição, mas sim de sua escolha. Ele é guiado pela curiosidade, pela emoção, pela paixão, pela adesão a práticas muitas vezes compartilhadas com os outros” (FLICHY, 2010, p. 12, tradução nossa). Se a sua expertise vem da experiência, ele alarga o campo das práticas sociais para além das práticas legítimas: “À produção racional, ele pode opor a bricolagem; à razão, a emoção” (FLICHY, 2010, p. 14, tradução nossa).

Mas isso não significa o abandono ou o desaparecimento das categorias do especialista e do profissional, muito menos da mediação eclesial, no caso religioso: as competências comunicacionais adquiridas por um simples internauta católico lhe permitem “dialogar com os especialistas [canônicos e também com os demais internautas] ou mesmo contradizê-los desenvolvendo contraespecialidades” (FLICHY, 2010, p. 9, tradução nossa), emergindo como verdadeiro “leigo-amador” (SBARDELOTTO, 2016a). Este pode “tomar distância face à autoridade ou ao especialista; pode enfim coproduzir o texto” (FLICHY, 2010, p. 16, tradução nossa) e o “católico”, sem substituir o mediador tradicional. Ele simplesmente “ocupa o espaço livre entre o profano

e o especialista, e é por isso que ele está no coração dessa democratização das competências” (FLICHY, 2010, p. 17, tradução nossa), inclusive religiosas.

Contudo, as interações sociais possibilitadas pelas redes comunicacionais que se instauram em plataformas sociodigitais vão além dos laços sociais tradicionais (em termos de autoridade e de identidade eclesiais, por exemplo): essas interações operam também e principalmente por *reconexões* sócio-técnico-simbólicas. Ou seja, conexões “novas”, “ultraconexões” que vão além do já dado em termos *sociais, técnicos e simbólicos sobre o “religioso”,* e nas quais se manifesta a *invenção social* sobre o “católico”, neste caso, nos processos de circulação comunicacional. É na reconexão que os internautas constroem a partir do que já existe social, técnica ou simbolicamente, ou ainda descobrem o que já existe e que podia estar oculto. Portanto, as reconexões permitem partir de algo já dado e chegar a algo novo (*in + venire*) por meio de “práticas conectadas” (MIÈGE, 2009, p. 185), que se somam às práticas anteriores de construção do “católico”.

Perceber a emergência de tais reconexões favorece entender que, em sua forma mais simples, uma rede é mais do que um mero “conjunto de nós interconectados”. Na internet, tecnologia transformada em “meio de comunicação, de interação e de organização social” (CASTELLS, 2005, p. 257), manifestam-se “determinadas matrizes interacionais e modos práticos compartilhados para fazer avançar a interação” comunicacional (BRAGA, 2011, p. 5) entre a sociedade. Tais “sistemas de relações” são denominados pelo autor de “dispositivos interacionais”, que se organizam “social e praticamente como base para comunicação entre participantes” (BRAGA, 2011, p. 11).

Aqui partimos do conceito de dispositivo de Foucault, que o define como “um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discurso, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo” (FOUCAULT, 1982, p. 244). Portanto, entendemos um dispositivo comunicacional como um sistema sócio-tecno-simbólico heterogêneo que não só possibilita a comunicação social, mas

também tem “a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (AGAMBEN, 2005, p. 13). O conceito de dispositivo implica assim “uma articulação entre ferramentas e conteúdos, e provavelmente usos bem especificados e identificados como tais”, podendo ser entendidos como “configurações sociotécnicas” que fornecem “bases reforçadas para a mídiatização da comunicação” (GRESEC II apud MIÈGE, 2009, p. 187).

Como aponta Agamben, teríamos uma “geral e maciça divisão do existente em dois grandes grupos ou classes: de um lado os seres vivos (ou as substâncias) e de outro os dispositivos nos quais estes estão incessantemente capturados”. Para o autor, a partir da relação entre uma pessoa e o dispositivo, nasce o sujeito: “O usuário de telefones celulares, o navegador na internet, o escritor de contos” (AGAMBEN, 2005, p. 13), etc. Nesse sentido, os dispositivos conexiais fazem surgir um determinado sujeito mídiatizado e trazem “uma mutação nas condições de acesso dos atores individuais à discursividade midiática, produzindo transformações inéditas nas condições de circulação” (VERÓN, 2012, p. 14). O dispositivo comunicacional da rede permite que qualquer usuário produza conteúdos, como vimos no caso do próprio catolicismo em sua reconstrução sociocomunicacional em rede. Assim, pela primeira vez, “o usuário tem o controle do *‘switch’* entre o privado e o público” (VERÓN, 2012, p. 15). A partir desses deslocamentos, os dispositivos midiáticos digitais, portanto, aprofundam a complexidade da experiência e da construção de sentido religiosas, em sua conectividade.

Por outro lado, para Kerckhove (1999), a “essência de toda rede” é precisamente a conectividade. Para ele, a internet é “o meio [mídia] *conectado por excelência*, é a tecnologia que torna explícita e tangível essa condição natural da interação humana” (KERCKHOVE, 1999, p. 25, tradução e grifo nossos). Para o autor, o conectado se tornou uma alternativa ao individual e ao coletivo. Em termos psicológicos, a conexão é o núcleo do bem-estar psicológico, uma necessidade humana básica, enraizada na existência humana, pois rompe com o isolamento, sendo uma qualidade essencial para o estabelecimento de relações (cf. RICE, 2009). Percebe-se ainda mais a sua importância nas expe-

riências de *desconexão* (seja uma ligação telefônica ou o sinal de internet que cai, a perda de um vínculo social ou afetivo, etc.).

Além disso, “os nós [de uma rede] *sempre competem por conexões*, porque os links representam a sobrevivência em um mundo conectado” (BARABÁSI, 2003, p. 106, grifo nosso). É interessante perceber as conexões como competição, porque isso nos leva a abandonar uma ideia de redes como já dadas, prontas, em que basta apenas analisar as conexões existentes para inferir vínculos, capitais simbólicos, etc. Portanto, o importante é perceber “o tipo de conexão que se estabelece nas redes” (VALDETTARO, 2011, p. 16), ou seja, “a natureza dos conectores que produz determinados agregados de indivíduos”, não tomando como óbvia a noção de que as redes digitais são “sociais”. A especificidade das redes sociodigitais não é o fato de serem “sociais” (inúmeras outras redes o são, fora do âmbito digital), mas sim que os seus “vínculos”, os seus laços “sociais” são instaurados, possibilitados e configurados por conexões técnicas digitais online. Por isso é necessário estar atento às estruturas das conexões, aos padrões das interconexões, às modalidades de associação que ocorrem em plataformas sociodigitais específicas.

Pela centralidade da noção de “conexão” nas interações online, poderíamos chamar de *dispositivos conexiais* as matrizes de produção de sentido que ocorrem nas redes comunicacionais que entrecruzam as plataformas sociodigitais (SBARDELOTTO, 2016b). Ou seja, trata-se de um *sistema sócio-técnico-simbólico heterogêneo que possibilita a conexão digital e organiza a comunicação entre os interagentes em rede*. Os dispositivos conexiais são justamente as *interfaces sociotecnossimbólicas* que passam a estabelecer redes complexas de circulação comunicacional observáveis nas plataformas sociodigitais.

Acreditamos que toda rede é uma *ação* de conexão, um *trabalho* em rede (*network*); ou seja, as conexões não existem “em si mesmas”, mas são construídas e mantidas constantemente pela ação social de comunicação via dispositivos, como no caso da página *Catecismo da Igreja Católica*. Se a midiatização produz e faz funcionar uma nova forma de sociedade produtora de sentido, esta está diretamente vinculada às lógicas dos fluxos, “tendo como fim a produção de uma nova forma de vínculo social, no caso as *estruturas de conexões*” (FAUSTO NETO, 2005,

p. 3, grifo nosso) entre os processos midiáticos, e entre estes e a sociedade.

Dessa forma, indo além de uma análise meramente tecnológica ou computacional das chamadas “redes sociais”, reconhecemos que a *essência das redes não está apenas na rede*, mas também em suas reconexões e em seus complexos modos de apropriação pela sociedade.

5 Conclusões

Nas plataformas sociodigitais, o “católico” circula e é reconstruído em fluxos constantes. Isso se soma às transformações da sociedade contemporânea, marcada por um pluralismo de concepções de mundo e a publicização do fenômeno religioso. Esse processo se complexifica na internet, em que se vê uma *religiosidade em experimentação*, marcada pela pouca fidelidade institucional e doutrinal, pela fluidez dos símbolos em trânsito religioso e pela subjetivação das crenças.

O fiel, portanto, não é apenas coconstrutor de sua fé, mas também realiza um “trabalho criativo” *sobre a própria religião*, tensionando a “interface eclesial”. Esse “*sensus (in)fidelium*” manifestado na internet também possibilita a percepção do desequilíbrio entre como o microsistema religioso (em termos de instituição-Igreja) é *pensado* e como ele é *praticado* pela sociedade. A turbulência, a instabilidade, o desvio provocados pelos internautas fomentam também a evolução da identidade, do imaginário e da prática religiosas – nesse caso, rumo a uma abertura sistêmica da Igreja ao pluralismo religioso e cultural do macrosistema social. Assim, os processos produtivos da religião passam a não ser mais controlados pela instituição eclesial.

Esse também seria um “sinal dos tempos” da contemporaneidade, em que assistimos “a uma perda de influência e de poder da instituição religiosa sobre os comportamentos religiosos comunitários e individuais. Isso não significa absolutamente o desaparecimento da fé, mas a *individualização dos comportamentos*”, em que, “cada vez mais, as pessoas compõem *elas mesmas* sua própria religião” (LIPOVETSKY, 2009, p. 61, grifos nossos). Como indica Lenoir (2012, s/p, tradução nossa), “hoje, os indivíduos têm uma

visão cada vez mais pessoal da religião e se fabricam o seu próprio dispositivo de sentido, às vezes sincrético, às vezes em bricolagem”.

Para Miège (2012a, p. 4), “as TICs abrem a liberdade, isto é, a tomada de iniciativa, a autonomia dos indivíduos frente a grandes instâncias. Mas, ao mesmo tempo, ela torna difícil uma relação com os outros. Porque ela instala os indivíduos cada um frente às ferramentas, sem obrigatoriamente gerar sociabilidade e, sobretudo, identidades coletivas”. Relendo Flichy, Miège (2012a, p. 6) afirma que as TICs são “a origem de um processo do movimento de construção de si mesmo. De construção de si mesmo, certo. Individual, certo. Favorecendo a autonomia também na vida particular, privada, e na vida profissional”. Embora o autor reconheça que “dizer que as tecnologias da informação e da comunicação serão a origem da construção das identidades sociais e culturais, políticas, dizer que os indivíduos vão se realizar por si mesmos e nas suas relações com os outros a partir das TICs é uma hipótese pesada” (MIÈGE, 2012a, p. 7), há indícios que apontam para isso, mas que exigem da pesquisa uma análise detida e reflexiva.

O que vemos é que as interações em rede e as reconexões em dispositivos conexiais manifestam que as sociedades contemporâneas continuam agindo político-religiosamente ao deslocar os processos de formação das próprias autoridades e institucionalidades religiosas para o campo da comunicação, hoje largamente organizado em redes comunicacionais que se constituem em plataformas sociodigitais. Assim, mediante dispositivos conexiais e suas reconexões, a sociedade como um todo reconstrói – trabalhando e transformando – as relações dos sentidos sobre o “religioso” católico. Esse cruzamento de sentidos colabora para a circulação e a reconstrução do “católico”, fomentando o surgimento de um “novo” catolicismo – marcadamente midiatisado.

Referências

- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? **Outra Travessia**, Florianópolis, n. 5, p. 9-16, 2005.
- BARABÁSI, Albert-László. **Linked**: How Everything Is Connected to Everything Else and What It Means. New York: Plume, 2003.

- BRAGA, José Luiz. **Dispositivos interacionais**. Trabalho apresentado no XX Encontro da Compós. Porto Alegre, 2011. Disponível em <<http://migre.me/a2lp6>>.
- CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade. In: MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização, cultura e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 225-287.
- CASTELLS, Manuel. Communication, Power and Counterpower in the Network Society. **International Journal of Communication**, Los Angeles: Annenberg Press, v. 1, p. 238-266, 2007. Disponível em: <<http://migre.me/5ZVHN>>.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Midiaticização, prática social – Prática de sentido**. Trabalho apresentado no Seminário sobre Midiaticização, Rede Prosul. São Leopoldo, 2005.
- FLICHY, Patrice. Introduction: La démocratisation des compétences. In: _____. **Le sacre de l'amateur: Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique**. Paris. Éditions du Seuil, 2010. p. 7-17.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 3. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1982.
- HOOVER, Stewart; ECHCHAIBI, Nabil. **The “Third Spaces” of Digital Religion**. Boulder: The Center for Media, Religion, and Culture, 2012. Disponível em: <<http://migre.me/8xIqG>>.
- KERCKHOVE, Derrick de. Prólogo. In: KERCKHOVE, Derrick de. **Inteligencias en conexión: Hacia una sociedad de la Web**. Barcelona: Gedisa, 1999. p. 17-28.
- LENOIR, Frédéric. Les métamorphoses de la foi. **Le Monde des Religions**, Paris, n. 55, p. 5, set.-out. 2012.
- LIPOVETSKY, Gilles. Futuro da autonomia e sociedade do indivíduo. In: NEUTZLING, Inácio; BINGEMER, Maria Clara; YUNES, Eliana (ed.). **Futuro da autonomia: Uma sociedade de indivíduos?**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2009. p. 59-72.

- MIÈGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação: Técnicas da Informação e da Comunicação entre inovação e enraizamento social.** São Paulo: Paulus, 2009.
- MIÈGE, Bernard. **O processo de mediatização ao centro (da maioria) das atenções.** 2012a. Informação retirada do Ambiente Virtual Unisinos – Moodle, do Seminário 1 – “Mediatização, Técnica e Tecnologias de Informação e Comunicação”, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Disponível em: <<http://migre.me/b5a2j>>. Acesso em: 10 out. 2012.
- MIÈGE, Bernard. **As mutações profundas da esfera mediática.** 2012b. Informação retirada do Ambiente Virtual Unisinos – Moodle, do Seminário 1 – “Mediatização, Técnica e Tecnologias de Informação e Comunicação”, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Disponível em: <<http://migre.me/b59YV>>. Acesso em: 10 out. 2012.
- RICE, Jesse. **The Church of Facebook: How the Hyperconnected Are Redefining Community.** Ontario: David C. Cook, 2009.
- SBARDELOTTO, Moisés. **E o Verbo se fez bit: A comunicação e a experiência religiosas na internet.** Aparecida: Santuário, 2012.
- SBARDELOTTO, Moisés. A Igreja em um contexto de ‘Reforma digital’: rumo a um *sensus fidelium digitalis*? **Cadernos Teologia Pública**, São Leopoldo, v. XIII, p. 3-44, 2016a. Disponível em: <<https://goo.gl/dMF7kf>>.
- SBARDELOTTO, Moisés. Os processos comunicacionais em rede e a emergência do dispositivo conexial. **Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, p. 103-120, 2016b. Disponível em: <<https://goo.gl/fQPNKF>>.
- SÍNODO DOS BISPOS. **A nova evangelização para a transmissão da fé cristã.** Instrumentum Laboris da XIII Assembleia Geral Ordinária. Cidade do Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2012. Disponível em <<http://migre.me/b6n68>>.
- VALDETTARO, Sandra. Audiencias: de las “redes sociales” a las “asociaciones en red”. In: VALDETTARO, S. (org.). **Interfaces y pantallas: análisis de dispositivos de**

comunicación, Rosario: UNR Editora, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2011. p. 13-20.

VERÓN, Eliseo. Prólogo. In: **Las políticas de los internautas**. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 9-16.

Convergência jornalística e midiaticização das rotinas produtivas: uma reflexão à luz do quinto modelo de ação das TICs, de Bernard Miège

Journalistic convergence and mediatization of productive routines: A reflection in the light of the fifth action model of ICTs, according to Bernard Miège

Taís Seibt¹

RESUMO: Este artigo tensiona a noção de quinto modelo de ação das TICs proposta por Bernard Miège com as reflexões acerca das mutações nas rotinas produtivas em processo na Redação do jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, a partir da integração das equipes on e offline. Nesse sentido, a perspectiva da midiaticização se articula com reflexões sobre jornalismo online e convergência jornalística em busca de uma compreensão do fenômeno comunicacional que se configura no contexto das apropriações sociais de novas tecnologias.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo. Convergência. Rotinas produtivas.

1

Jornalista, doutoranda em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre em Comunicação pela Unisinos. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9696449789330467>

ABSTRACT: This article confronts the notion of the fifth action model of ICTs proposed by Bernard Miège with reflections on the changes in the production process routines in the newsroom of Zero Hora, Porto Alegre, based on the integration of on and offline teams. In this sense, the prospect of media coverage is linked to thoughts on online journalism and journalistic convergence in search of an understanding of the communicational phenomenon that sets the context of social appropriation of new technologies.

KEYWORDS: Journalism. Convergence. Productive routines.

1 Introdução

Ainda que Bernard Miège prefira evitar duas perguntas frequentes na abordagem das mutações que os meios de comunicação convencional têm sofrido diante do advento das TICs², em se tratando de tensionar suas reflexões sobre o novo modelo de ação das mídias no atual contexto com a pesquisa desenvolvida para a dissertação de mestrado³, é inevitável ter em mente questões muito semelhantes a estas:

- As novas técnicas são chamadas a substituir as técnicas já existentes? É uma questão frequentemente colocada, em geral de maneira dicotômica: O digital tomará lugar do papel impresso? A imagem-som tornará obsoleto o som (e, portanto, o rádio cederá seu lugar à televisão)?

- Os modos de expressão e de inscrição conhecidos estão em vias de desvalorização e os novos modos de expressão emergem? Assim, a escrita está sendo substituída pela multimídia? (MIÈGE, 2009, p. 111).

2 Miège (2009, p. 25) usa o termo TICs não como sinônimo de novas mídias, porque entende que nem todas as tecnologias de informação – comunicação resultam em mídias. Além disso, considera que a oposição antigo/novo não resolve a questão, pois nenhuma mídia é sempre nova e tampouco as que, segundo essa oposição, seriam antigas, deixaram de existir.

3 Título da dissertação, defendida em abril de 2014: *Redação integrada – a experiência do jornal Zero Hora no processo de convergência jornalística*.

Na concepção do projeto de pesquisa ora proposto, o questionamento sobre o lugar do impresso frente ao digital é central. Brota da memória de uma leitura feita ainda nos bancos da graduação em Jornalismo, em 2004. Trata-se da obra de Noblat (2002), que, ao relatar as mudanças introduzidas no projeto gráfico e editorial do jornal *Correio Braziliense*, da capital federal brasileira, questiona a continuidade do jornal impresso – tal qual o conhecemos hoje. Dez anos separam a publicação do referido livro da elaboração do projeto de pesquisa que originou a dissertação de mestrado desta autora. No meio comunicacional, no entanto, as incertezas sobre os rumos das mídias – as novas e as tradicionais – seguem em voga.

Não se pretende decretar a obsolescência absoluta do impresso, de maneira dicotômica, como aponta Miège, mas sim sistematizar reflexões sobre as mutações pelas quais passa o jornal impresso com o advento do digital. Como diz o próprio autor, “[...] nada permite considerar que alguns critérios tornaram-se obsoletos, nem que todos os novos critérios nos são agora conhecidos” (MIÈGE, 2009, p. 112). O estudo de caso desenvolvido para a pesquisa, entre maio de 2012 e outubro de 2013, propunha problematizar as reconfigurações nos processos produtivos do jornal impresso, a partir da introdução não só de novas tecnologias para a produção de conteúdo na Redação do jornal *Zero Hora*⁴, mas também de novas formas de consumo do conteúdo informativo, que introduzem, por consequência, novas linguagens comunicacionais e ainda procedimentos mais participativos e transversais, tanto de produção quanto de recepção dos conteúdos.

Na perspectiva da midiatização, trata-se de um processo que atende a uma nova forma de ambiente – da informação e da comunicação – que, mediante tecnologia, dispositivos e linguagens, trata de produzir um outro conceito de comunicação (FAUSTO NETO, 2006, p. 3). A emergência de novas formas de

4 Fundado em 1964, Zero Hora é um dos jornais diários brasileiros de maior circulação, ocupando a sexta colocação no ranking do Instituto Verificador de Circulação (IVC), com 183 mil exemplares. Pertencente ao Grupo RBS, é o jornal de maior circulação em território gaúcho. Seu correspondente online, o site zerohora.com, foi criado em 2007. Segundo dados divulgados pelo veículo em maio de 2012, o site acumula 16 milhões de acessos mensais.

interação altera os modos através dos quais a vida social se organiza, e se modificam os modos de agir dos seus atores. Assim, “[...] de maneira crescente, as operações de midiatização afetam largamente práticas institucionais que se valem de suas lógicas e de suas operações para produzir as possibilidades de suas novas formas de reconhecimento nos mercados discursivos” (ibid., p. 11).

A prática jornalística, ao que parece, é uma das instituições afetadas por esse movimento. Especialmente o jornalismo na internet provoca mudanças nos padrões de leitura, obrigando os jornais impressos a mudar sua forma de apresentação para atrair novos públicos, o que implica reconfigurações nas rotinas de produção, com a operação simultânea de mídia impressa e online – caso da integração da Redação de *Zero Hora*, seguindo modelos já adotados por empresas jornalísticas de peso no cenário internacional, como *The New York Times*, nos Estados Unidos, e *Clarín*, na Argentina. Unificar a produção jornalística visando a múltiplas plataformas é uma tentativa de atender à necessidade de produzir discursos que possam ser reconhecidos nos novos mercados discursivos que se formatam diante dos padrões de circulação de informação que se configuram na sociedade em midiatização.

Parece haver, nesse contexto, uma convergência cada vez mais intensa entre a produção, a circulação e o consumo ou reconhecimento do discurso jornalístico. Dito de outra forma, os modos de narrar do jornalismo estão sendo contaminados pela maneira como esses conteúdos circulam e são reconhecidos pelos consumidores de informação. À luz de Alsina (2008, p. 57), seria possível afirmar que o resultado dessa contaminação pode chegar a mudar o conceito da imprensa ou ainda da mídia de maneira geral.

Tal reflexão parece atender à noção do quinto modelo de ação das TICs proposto por Miège⁵. Para ele, as mídias convencionais deram espaço à criação sucessiva de quatro modelos de ação: imprensa de opinião, imprensa comercial de massa, as mídias audiovisuais generalistas e as relações públicas. Todos

5 Explicações extraídas da fala do pesquisador durante o Seminário 1 – O enraizamento social das tecnologias de informação e comunicação, da Escola de Altos Estudos – Midiatização, Técnica e Tecnologias de Informação e Comunicação, realizado na Unisinos, em São Leopoldo, de 16 a 20 de abril de 2012.

esses modelos implicaram certo tipo de troca de interação entre editores, profissionais e consumidores. Nenhum modelo foi descartado; eles se sobrepõem, não para substituírem uns aos outros, mas para se complementarem.

Quando o autor questiona, como citado na abertura deste artigo, se novos modos de ação emergem e se eles estariam preparados para substituir os modelos precedentes, ele se refere ao suposto quinto modelo de ação das TICs nas mídias: um modelo mais societal e relacional que os precedentes, mais *pluripolar*. Segundo ele, nos modelos anteriores, um ponto emissor dirigia mensagens à massa, com grandes organizações de comunicação que se direcionavam a públicos numerosos. Agora, teríamos algo intermediário, um modelo de ação mais transversal, que desloca as questões do campo público para um novo campo público que estende a fragmentação dos espaços e cria uma série de espaços parciais dos quais se pode participar. Este novo modelo de ação acrescenta novos atores à produção de informações e dá origem a utilizações cada vez mais seletivas da informação – comunicação.

Embora não substitua os anteriores, este modelo se sobrepõe aos precedentes, porém não se pode dizer que ele será dominante, alerta Miège. O que se pode observar é que o dito quinto modelo de ação das TICs resulta em mutações nas mídias, inclusive em suas práticas e rotinas, seus modos de fazer. O próprio autor endossa essa ideia ao afirmar que, “[...] com o advento das TIC, as mídias foram conduzidas a se redefinir, e as TIC participam de diversas configurações. Os atores maiores que são os grandes grupos de comunicação tomam parte da formação desses novos sistemas de comunicação” (MIÈGE, 2009, p. 48).

Nas seções seguintes, a integração on e offline da Redação do jornal *Zero Hora* servirá como mote para a discussão das mutações que sofre o jornalismo impresso na perspectiva do quinto modelo de ação das TICs, sob a ótica da midiatização e da convergência jornalística.

2 O digital e a convergência

Miège esclarece que o digital não é uma inovação única, mas um conjunto de inovações. Quatro outros fenômenos conju-

gariam o digital: a compreensão dos sinais (digital, *a priori*, é a codificação de dados em 0 e 1); a miniaturização dos componentes (dispositivos móveis); a visualização dos dados (a decodificação dos sinais em telas visíveis); a extensão das possibilidades de interação/interatividade (conexão entre grupos mais ou menos em tempo real). Com o digital, as fronteiras entre as mídias caíram e apenas uma tecnologia de comunicação se tornou comum a todas.

A convergência, por sua vez, consiste sempre mais ou menos na articulação (tendendo à fusão) entre as redes de comunicação, as ferramentas de acesso à informação e seu tratamento geralmente via terminais e programas informativos de entretenimento e culturais. As TICs, ao se diversificarem e ao se difundirem, conduziram à formação de usos novos e cada vez mais diferenciados (MIÈGE, 2009, p. 36). No entanto, não é a técnica que determina a convergência, mas sim o processo de construção social dos usos e das práticas possibilitadas pela técnica. Este processo, como aponta Miège, desenvolve-se com fracassos e sucessos, envolvendo numerosos atores sociais.

A única possibilidade de digitalizar voz, dados e imagens não conduz necessariamente e inevitavelmente à convergência dos sistemas de comunicação. Esta se apresenta mais como uma construção social cujos contornos resultam ao mesmo tempo das limitações ligadas às lógicas socioeconômicas dominantes e da ação mais ou menos eficiente de diversos grupos sociais (Tremblay; Lacroix, 1994, p. 6-7, apud MIÈGE, 2009, p. 37).

A convergência decorre de uma dupla mediação (Jouet Beaud et al., 1997, p. 293 apud MIÈGE, 2009, p. 46): ao mesmo tempo técnica, pois a ferramenta utilizada estrutura a prática, mas também social, porque os motivos, as formas de uso e o sentido atribuído à prática se alimentam no corpo social. Diante disso, Miège (2009, p. 110) prefere a definição das mídias como dispositivos sociotécnicos e sociosimbólicos, baseadas cada vez mais no conjunto de técnicas (e não mais em uma única técnica, como antigamente), que permite emitir e receber programas de informação, de cultura e de entretenimento, com regularidade.

Nesse sentido, cada mídia opera no contexto de uma economia de funcionamento que lhe é própria. O que ocorre com o advento do digital é que essas economias de funcionamento passam por mutações, determinadas por diferentes polos, desde a produção até a recepção de conteúdos informativos.

Esses traços constitutivos: a base sociotécnica, a regularidade da transmissão e da recepção, as particularidades econômicas, as especificidades das organizações mediáticas, a formação de públicos e de espectadores, até mesmo a relativa diretividade da conexão com esses públicos e esses espectadores, assim como, é preciso acrescentar, seu papel de formadores de opiniões e de interesses dentro de um espaço público cada vez mais societal, foram forjados ao longo de uma história bissecular (até mesmo tri), e eles são evidentemente levados a passar por mutações [...]. (MIÈGE, 2009, p. 110-11).

A comunicação, diante disso, tornou-se mais complexa. Esses elementos de complexidade precisam ser considerados para analisar a contribuição do componente técnico na evolução de ferramentas e, sobretudo, das práticas de comunicação. Nesse sentido, o autor sugere novos critérios de definição das mídias (MIÈGE, 2009, p. 118): a unicidade dos dispositivos sociotécnicos faria com que uma mesma mídia desenvolva sua oferta de conteúdos para uma pluralidade de dispositivos; a regularidade, a permanência, a produção e a transmissão de conteúdos seriam cada vez mais impostas pelos próprios consumidores; a economia de funcionamentos próprio das mídias se tornaria mais complexa; e a organização específica dos meios agregaria novos participantes do processo, novas categorias de atores – é o que se verifica com o esforço da grande mídia por atrair leitores a se tornarem ativos e mesmo colaborativos em suas publicações.

De fato, é possível observar que a popularização de sites de rede social levou grandes empresas do ramo de comunicação a criar setores de mídias sociais para desenvolver estratégias de uso dessas ferramentas para pulverizar as informações produzidas pelo veículo, comunicar-se com os leitores, receber

sugestões de pauta e até mesmo fazer coberturas jornalísticas inteiras, em tempo real e com colaboração de conteúdo, o que seguramente modifica o modo de fazer do jornal e estabelece linguagens jornalísticas diferenciadas das tradicionais⁶.

Esse quadro parece ilustrar mutações nas práticas jornalísticas da ordem dos novos critérios de definição das mídias: a produção de conteúdos para uma pluralidade de dispositivos sociotécnicos, a interferência do receptor na produção e no consumo de conteúdo informativo, a economia de funcionamento do jornal impresso e a participação de novos atores na produção jornalística. É no contexto dessas mutações que se inscreve a reflexão sobre a integração das equipes on e offline no jornal *Zero Hora*. Um dos comentadores da configuração de redações integradas, Salaverria (2003) trabalha com a noção de convergência jornalística compreendida em quatro dimensões: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa. Cada uma delas dá conta de um determinado aspecto que compõe esse processo, desde a necessidade empresarial de uma adaptação de sua economia de funcionamento às novas tecnologias até o papel dos autores que participam da produção jornalística no contexto social midiatisado.

Na dimensão empresarial incide a prevalência cada vez maior das ferramentas online como elementos-chave para a produção jornalística, aspecto intimamente ligado à convergência tecnológica, que compreende a adesão de aparatos tecnológicos que permitem o consumo e a difusão de conteúdos informativos pelos usuários. A terceira dimensão da convergência jornalística, que diz respeito ao profissional, trata da necessidade de dar conta do avanço tecnológico na concepção e na formatação dos discursos jornalísticos, ou seja, o jornalista precisa lidar com tempos reduzidos – de produção e de circulação de notícias – devido à mobilidade dos dispositivos. A última dimensão da convergência jornalística concebida por Salaverria, a comunicativa,

6 O uso jornalístico de mídias sociais foi trabalhado pela autora em artigo anterior: SEIBT, Taís. Considerações sobre o uso do Twitter nas Redações: do jornalismo como forma social de conhecimento à apropriação jornalística de mídias sociais. Texto apresentado no V Simpósio Nacional da ABCiber – 2011, Eixo temático 2: Jornalismo, Mídia Livre e Arquiteturas da Informação. Disponível em: <<http://simposio2011.abciber.org/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%202/2.E2/125-185-1-RV%20veeeeer.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2012.

contempla a questão do multimídia. Antes da internet, não havia uma plataforma que permitisse difundir informações que combinassem códigos textuais e audiovisuais, com os quais o usuário pudesse interagir.

Para alguns autores, o impacto da inovação tecnológica nas rotinas produtivas do jornalismo gerado pelo processo descrito no parágrafo anterior só seria comparável, historicamente, ao surgimento das rotativas, em 1850. Soster (2006, p. 8) salienta, entretanto, que há uma diferença substancial entre a tecnologia que se inaugura em 1850, quando da primeira rotativa, e a surgida a partir de 1995, quando os jornais migram para a Internet: “A primeira serve fundamentalmente para mediar relações e processos. A segunda midiatiza estas mesmas relações e processos, deslocando para si o vetor do poder e transformando substancialmente sentidos seculares”.

Em outras palavras, a inovação tecnológica trazida pela internet se diferencia da introdução das rotativas porque rompe com a linearidade do processo de produção jornalística. Com a internet, o processo de produção jornalística está sempre em aberto, é público, pode ser modificado pela interação com os leitores em tempo real e em fluxo contínuo, é midiatizado.

3 A midiatização da produção jornalística

O movimento de integração das equipes on e offline do jornal *Zero Hora* decorre, então, da midiatização da produção jornalística, movimento que reafirma a convergência como processo de construção microssociológico no interior da Redação, ou seja, da apropriação do digital nas práticas jornalísticas cotidianas. Soster (2006, p. 4) coloca que o jornalismo impresso é particularmente atingido pelo fenômeno da midiatização a partir de seu aspecto de produção, desde a introdução dos primeiros computadores nas redações, entre 1970 e 1980, mas se intensifica substancialmente mais tarde, com a transposição dos diários para os meios online, enfim midiatizando o fazer jornalístico propriamente. “Com isso com a circunscrição da prática jornalística ao ciberespaço, portanto em caráter auto-referencial, sem ambientações exógenas, a tecnologia deixa de se tornar

mero suporte e passa a mediar relações, produzindo sentido” (SOSTER, 2006, p. 7).

Entendimento semelhante apresenta Miège (2009, p. 48) com a ideia de que as TICs são, ao mesmo tempo, técnicas de comunicação e mídias de um tipo novo, ainda em formação. As mídias sempre tiveram uma base técnica: impressão, telecomunicação, audiovisual, digital. O advento das TICs, no entanto, exige que as informações sejam produzidas, difundidas e dialogadas em uma pluralidade de dispositivos e permite, na outra ponta, que haja produção, difusão e diálogo comunicacional fora das mídias convencionais. Antes, os meios instalados tinham um dispositivo sociotécnico único; hoje, uma mesma mídia desenvolve sua oferta de conteúdo em cima de uma pluralidade de dispositivos. Esse “fluxo de conteúdos por múltiplas plataformas de mídia” está ligado ao que Jenkins (2008) concebe como “convergência midiática”, a qual seria determinada não só pelos dispositivos midiáticos, mas também pelas interações sociais em torno desses dispositivos.

Na Redação de *Zero Hora*, jornal impresso que completou 50 anos em 2014, havia, desde 2007, uma versão online produzida de maneira quase independente. Dos 210 jornalistas que faziam parte da equipe no período de realização do estudo de caso, em torno de 30 se dedicavam à atualização do site *zerohora.com*, concentrando atividades de apuração e redação de notícias, edição de capa, elaboração de galerias de fotos, produção e edição de vídeos e produção de infografias. Em março de 2012, esse formato começou a ser modificado. O projeto de integração total da Redação previa que, editoria por editoria, todos os profissionais passassem a abastecer, paralelamente, o site e o jornal impresso. Em maio de 2012, os profissionais então dedicados ao online foram remanejados para as editoriais do jornal impresso para atuarem de maneira integrada para ambas as mídias.

A imprensa diária se consolidou a partir do momento em que passou a ter publicações regulares, de modo que o leitor soubesse que teria o jornal à disposição com uma periodicidade fixa. Com isso, estabeleceu uma economia de funcionamento dirigida a um duplo mercado: os leitores, os quais buscava fidelizar com a venda de um certo número de jornais ou a conquista de assinantes, e os anunciantes, por meio da venda de espaços pu-

blicitários. Por sua vez, esta economia de funcionamento dá forma a um certo modo de fazer, ou seja, impõe rotinas produtivas no ambiente redacional que permitam cumprir a regularidade e a periodicidade consolidadas junto aos leitores e anunciantes.

A partir do momento em que a periodicidade do consumo de conteúdo jornalístico se mostra afetada pelas potencialidades ofertadas pelas TICs, a economia de funcionamento do jornal também sofre mutações em suas práticas. No contexto atual, os consumidores impõem seus próprios ritmos de leitura, em função de práticas próprias: um artigo pode ser encontrado na internet dias depois de publicado no jornal. Essas mutações despertam interesse no estudo de novos modelos de negócios. Como as novas mídias vão encontrar uma economia duradoura?

Se, historicamente, as mídias tiveram a importância que tiveram, é porque tinham uma economia de funcionamento estável, não sofriam da queda nas vendas nem das perdas de orçamento publicitário, como ocorre hoje. É impossível ter uma estratégia de desenvolvimento para a imprensa cotidiana se não houver uma economia de funcionamento estável. A integração da Redação de *Zero Hora* também aponta para este caminho, se levarmos em conta que, com esse movimento, a empresa pretende que a produção multimídia seja reforçada. Se as mídias convencionais passam a organizar suplementos digitais, é preciso ter recursos para isso.

Ao mesmo tempo, essa integração certamente implica um novo ritmo de produção de conteúdo, diferente do consolidado na rotina produtiva do jornal impresso. O esforço para organizar os conteúdos em páginas, no caso do jornal, redireciona-se para a produção de conteúdos em uma série de novas linguagens. Ainda, jornais e canais de televisão se interessam cada vez mais pela vida privada dos leitores e telespectadores, de modo que questões de gestão da vida pessoal se tornam um problema público, o que se manifesta pelas recorrentes interpeleções de veículos da grande mídia à participação de seus públicos na produção jornalística.

Essas novas lógicas acarretam uma mudança profunda tanto nos modos de produção quanto na linguagem jornalística em si. Pavlik enumera quatro aspectos de transformação do jornalismo com o fenômeno do digital:

a) a natureza do conteúdo noticioso estaria inexoravelmente se transformando como resultado da emergência desta nova tecnologia midiática digital;

b) as maneiras como a digitalização alteraria o trabalho jornalístico; c) a transformação da estrutura das Redações a das empresas jornalísticas; d) um realinhamento nas relações entre organizações noticiosas, jornalistas e seus vários públicos (audiências, fontes de informação, concorrentes, anunciantes e governos) (Pavlik, 2001, apud FRANCISCATO, 2004, p. 19).

Para Pavlik (2001, p. 43, apud FRANCISCATO, 2004, p. 19), essas mudanças têm sido gradativas e diferenciadas, o que converge com as ideias apresentadas por Miège de que essas novas lógicas ainda não estão totalmente estabelecidas.

A proposta de se ter uma equipe on e offline totalmente integrada cria um efeito de retroalimentação – do impresso para o online e do online para o impresso, implicando mudanças tanto de um lado como de outro. De outra parte, esse processo de retroalimentação se direciona do leitor para o jornal e do jornal para o leitor, o que reforça a noção de midiatisação da produção jornalística. Num modelo mais tradicional de ação das TICs, eventos sociais se tornavam midiáticos a partir da publicação pelos meios de comunicação; hoje, o que é publicado já foi amplamente midiatisado a partir de outras ferramentas, possíveis pelo advento das TICs, e o jornal se apropria desses dispositivos tanto para produzir quanto para difundir conteúdos.

Ao entrevistar a então editora de Mídias Sociais do Grupo RBS, Bárbara Nickel, durante trabalho de conclusão de curso⁷, restaram pulsantes alguns questionamentos acerca dos novos produtos jornalísticos que passam a se desenvolver no atual contexto:

O que é o produto jornalístico, uma matéria? Faz sentido, no jornalismo online, a gente ter uma matéria? [...] uma matéria começa onde e termi-

7 O trabalho de conclusão de curso intitulado Notícias em 140 caracteres: considerações sobre o uso jornalístico do Twitter, orientado pelo Prof. MS Pedro Luiz da Silveira Osório, foi apresentado como requisito para graduação em Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo, na Unisinos, em junho de 2011.

na onde? Daqui a pouco um tuíte é uma matéria! [...] Agora o que vai para o ar? Toda a conversa. É a conversa que a gente tem com o leitor, a conversa dele com os amigos, isso se tornou um produto jornalístico (NICKEL, 2011).

Espada (2009, p. 14) já dizia que o jornalismo digital é uma conversação, onde importa, sobretudo, o ato dialógico em si e não tanto a carga de sentido que a conversa acumula. Se a conversa não é o próprio produto jornalístico, certamente ela transforma o produto jornalístico no contexto multimidiático. Há indícios de que esse produto não se encerra em si mesmo, mas constrói significado justamente no diálogo com outras plataformas. Isso seria o que Pavlik (2001, p. 23, apud FRANCISCATO, 2004, p. 21) chamaria de *jornalismo contextualizado*: “Entre suas características específicas estão a ampliação das modalidades de comunicação (áudio, vídeo, gráficos e animação), hipertextos, interatividade e um alto envolvimento que o computador produz no indivíduo, que necessita estar constantemente interagindo com a máquina”.

Nesse processo dialógico do discurso jornalístico, ao mesmo tempo em que faz circular o conteúdo, o leitor tem cada vez mais interferência no processo de produção do jornal. Quem consome informação jornalística está consciente dos meios que tem à sua disposição para interferir na produção midiática. E o jornal, por sua vez, valoriza o estreitamento da relação com seu público, tanto que o interpela a participar e se permite ser afetado em seu modo de fazer e até de se apresentar ao leitor a partir dessas relações. Como aponta Resende (2011, p. 130), diante da emergência das novas mídias, o caminho das tradicionais “[...] se bifurca entre continuar se esforçando para sustentar sua legitimação a partir das retóricas que lhe eram suficientes quando o impresso se apresentava como materialidade absoluta ou ressignificar e ampliar seus modos de ser, investindo, por exemplo, na compreensão das diferenças que os narrares suscitam”.

Sendo assim, as modificações nas ferramentas, estruturas e formas de apresentação das notícias tendem a “[...] redefinir alguns modos de exercício profissional e penetração social, embora nos pareça que haja a preservação do papel so-

cial que o jornalismo vem desempenhando historicamente” (FRANCISCATO, 2004, p. 22).

Miège alerta para a necessidade de se colocar em dúvida explicações globais sobre as comunidades virtuais, propostas por autores amplamente citados, como Dominique Wolton e a “sociedade individualista de massa”, Manuel Castells e a “comunicação de massa individual” e Pierre Lèvy com a utopia das “inteligências coletivas”. Lévy (1999) supunha que o ciberespaço se tornaria o principal canal de comunicação a partir do início do século XXI. Já Manuel Castells (2003) esperava que a internet fosse um instrumento ideal para promover a democracia, pois dá fácil acesso à informação política. Esperava, também, que a interatividade tornasse possível aos cidadãos solicitar informação, expressar opiniões e pedir respostas pessoais a seus representantes.

Apesar de a utopia da democratização não ter sido concretizada plenamente pelas TICs, colocar questões em debate está, sim, mais ao alcance do leitor, cada vez menos passivo no processo comunicacional. Para dar um exemplo, no dia 10 de março, um sábado, o médico J.J. Camargo, colunista do caderno Vida de *Zero Hora*, publicou um polêmico artigo sobre tatuagens⁸. O texto não estava mencionado em parte alguma do site *zerohora.com* nem em qualquer mídia online do jornal, como os perfis oficiais em sites de rede social *Facebook* e *Twitter*. Só que o leitor entende que *Zero Hora* impressa está vinculada ao perfil *@zerohora* que está no *Twitter*, de modo que começaram a borbulhar no site de rede social comentários sobre a opinião expressa pelo médico no jornal. O texto, então, foi publicado também no site *zerohora.com* para ampliar o debate. Resultado: mais de 1,3 mil tuítes, 2 mil compartilhamentos no *Facebook*, 386 comentários na matéria publicada no site e uma reportagem de duas páginas⁹ publicada na edição impressa de *Zero Hora* na segunda-feira apresentando contrapontos sobre o tema.

O episódio ilustra a interferência do leitor no processo de produção do jornal; mais que isso, demonstra o quanto o leitor está consciente dos meios que tem à sua disposição para

8 Disponível em: <<http://migre.me/8MjMg>>.

9 Disponível em: <<http://migre.me/8MjNO>>.

interferir nessa produção, isto é, incorporou práticas sociais diferenciadas, possibilitadas pelas TICs. Talvez porque, em outras situações, tenha sido interpelado pelo próprio jornal a participar desse processo, como ocorre em coberturas de grandes eventos culturais e tragédias climáticas cotidianas. Uma dessas coberturas resultou na publicação de uma reportagem especial nas páginas 4 e 5, espaço mais nobre de reportagem em *Zero Hora*, escrita inteiramente à base de tuítes, no dia 15 de março de 2012, após uma chuvarada que parou Porto Alegre durante uma manhã de quarta-feira.

Ambos os casos evidenciam a valorização dada pelo jornal ao estreitamento da relação com seu público e o quanto ele se deixa afetar em seu modo de fazer e até de se apresentar ao leitor a partir dessas relações, dando origem a linguagens jornalísticas convergentes.

4 Considerações finais

A partir das reflexões lançadas por Miège, este artigo se esforçou em tensionar a integração das equipes on e offline na Redação de *Zero Hora* diante das mutações pelas quais passa a produção jornalística no contexto do advento das TICs, como parte do quinto modo de ação das mídias, que é, como já foi dito, um modelo mais transversal e societal de informação – comunicação. Este novo modelo, por sua vez, demanda novas habilidades profissionais para lidar com diferentes modos de produção e fábrica de um produto jornalístico mais bem resolvido nesse contexto midiaticizado.

A mediação do objeto técnico conduz a uma tecnicização da ação, que se identifica realmente no cumprimento de todas as atividades ordinárias pela interpretação das técnicas digitais. Ela se traduz por incidências cognitivas e a elaboração de novos modos de fazer, inclusive nos usos mais profanos (MIÈGE, 2009, p. 47).

É preciso dizer, para concluir, que não se trata de um determinismo técnico, ou seja, de observar essas novas lógicas

na prática jornalística apenas pela introdução das TICs no processo produtivo, mas sim como resultado da incorporação dessas novas técnicas no processo de construção social, com consequentes efeitos na construção microssociológica da Redação de um jornal impresso, que incorpora estratégias discursivas online.

Além de mais societal e mais transversal, como aponta Miège, o quinto modo de ação das TICs pode ser considerado, também, mais convergente. Embora nos quatro modelos anteriores os novos não tenham substituído os precedentes, em boa medida, eles se sobrepuseram. O jornalismo de opinião, também chamado de panfletário por alguns autores, perdeu terreno para a imprensa comercial de massa, estabelecida em sua economia de funcionamento com uma dupla mediação entre o mercado e os leitores. Da mesma forma, o surgimento das mídias audiovisuais generalistas atraiu atenção do público e investimento publicitário em detrimento de outros meios. Nos modelos anteriores, a transição se mostrava mais dicotômica, quase sempre em forma de oposição ou competição: rádio vs. televisão, por exemplo.

Isso não se reproduz no quinto modo de ação das TICs; ao contrário, nesse modelo, as ferramentas que emergem não substituem nem se sobrepõem às anteriores, mas se misturam, dando origem a um modelo híbrido e, nesse sentido, convergente. Como já se discutiu neste artigo, a convergência percebida neste modelo que tenta se impor não é somente da ordem técnica, mas também das práticas sociais, isto é, sociotécnica. O que se percebe nesse processo, por fim, não é a configuração de mídias a partir do advento das TICs, e sim uma reconfiguração que atravessa os diversos níveis de sua constituição, das rotinas produtivas às linguagens jornalísticas convergentes, ambas atravessadas por apropriações sociais características de uma sociedade em midiaticização.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2008.

- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
- ESPADA, Arcadi. **El fin de los periódicos**: crisis y retos del periodismo actual. Barcelona: Duomo Ediciones, 2009.
- FAUSTO NETO, Antônio. Midiaticização, prática social – prática de sentido. In: 15º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. UNESP-Bauru, 6 a 9 de junho de 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=544>>. Acesso em: 8 jul. 2012.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. As novas configurações de jornalismo no suporte *on-line*. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. VI, n 3, p. 17-47, set.-dez. 2004. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/Vol.VI,n.3,2004/Franciscato.pdf>>. Acesso em: 21 out. 2011.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LOPES, Pedro Dias. Entrevista. Entrevista concedida a Taís Seibt, realizada em 9 jun. 2012.
- MIÈGE, Bernard. **A sociedade tecida pela comunicação**: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social. São Paulo: Paulus, 2009.
- NICKEL, Bárbara. Entrevista. Entrevista concedida a Taís Seibt realizada em 14 mar. 2011.
- NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.
- RESENDE, Fernando. Às desordens e aos sentidos: a narrativa como problema de pesquisa. In: SILVA, Gislene et al. **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 119-138.
- SALAVERRIA, Ramón. Convergencia de medios. **Revista Latinoamericana de Comunicación**, Março, número

081, pp. 32-39, mar. 2003. Disponível em: <<http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64/>>. Acesso em: 9 maio 2012.

SEIBT, Taís. Considerações sobre o uso do Twitter nas Redações: do jornalismo como forma social de conhecimento à apropriação jornalística de mídias sociais. In: V Simpósio Nacional da ABCiber – 2011, Eixo temático 2: Jornalismo, Mídia Livre e Arquiteturas da Informação. Disponível em: <<http://simposio2011.abciber.org/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%202/2.E2/125-185-1-RV%20veeeer.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2012

SEIBT, Taís. Notícias em 140 caracteres: considerações sobre o uso jornalístico do Twitter. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), 2011. Disponível em: <http://www.academia.edu/3880579/Not%C3%ADcias_em_140_caracteres_considera%C3%A7%C3%B5es_sobre_o_uso_jornal%C3%ADstico_do_Twitter> Acesso em: 14 nov. 2016.

SEIBT, Taís. Redação integrada: a experiência do jornal Zero Hora no processo de convergência jornalística. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), 2014. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4276>> Acesso em: 14 nov. 2016.

SOSTER, Demétrio Azeredo. **Sobre midiatisação, mediação, poder e jornalismo**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/soster-demetro-sobre-midiatisacao.pdf>>. Acesso em: 8 jul. 2012.

Autores

Antônio Fausto Neto

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 – Ecole des Hautes Etudes 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 titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); ex-professor na UFRJ, UFPb, UnB e PUC-Minas. 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 livros *Mortes em derrapagem?* (1991); *O impeachment da televisão?* (1995); *?Ensinando à TV Escola?* (2001); *?Desconstruindo os sentidos?* (2001); *Lula Presidente - Televisão e política na campanha eleitoral* (2003); *O mundo das mídias* (2004).

Bernard Miège

Professor emérito da Universidade de Grenoble. Chevalier dans l'Ordre National du Mérite (1997). Doutor honoris causa na IFASIC Kinshasa, novembro 2001; Université de Bucarest, outubro 2004; UQAM, Université du Québec à Montréal,

octobre 2006; Université de la Suisse Italienne, Lugano, mai 2007. Foi professor nas seguintes universidades: Complutense de Madrid, Bucarest, Minsk, Suisse Italienne (Lugano), U. du Québec à Montréal, U. du Québec à Trois-Rivières, Jinan (Guangzhou), Sergipe (Aracaju), ECA (Sao Paulo), Autonoma de Barcelona, Nuova Lisboa, Caracas (ININCO, 1998 e 2003), Ouagadougou, Tunis (IPSI, 1989, 2003 e novembre 2005), Kinshasa (nov. 2001, abril 2005), UNAM Mexico (abril 2002 et 2003), Technologico de Monterrey (2003). Autor dos seguintes livros: *L'information – communication, objet de connaissance*, INA- De Boeck (col. Médias Recherches) octobre 2004, 248 pages. [Em Romeno: *Informatie si Comunicare – In cauterea logicii sociale*, chez Polirom, 2008, 270 pages. *La société conquise par la communication – tome 3 : les Tic entre innovation technique et ancrage social*, parution le 27 avril 2007, Grenoble : PUG, col. Communication, Médias et Sociétés, 232 pages. Em português: *A sociedade tecida pel comunicação-Tecnicas da informação e comunicação entre inovação e enraizamento*, Sao Paulo: Paulus, 2009, 239 p. *L'espace public contemporain*, Grenoble: PUG, setembro 2010, 227 p. Além de centenas de artigos.

Daniel Silva Pedroso

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio do Sinos UNISINOS (2015) com Doutorado-Sanduiche no Departamento de Rádio, Televisão e Cinema da Escola de Comunicação da Universidade do Texas em Austin, com bolsa CAPES (2013-2014). Mestre em Ciências da Comunicação - UNISINOS (2004); Cursou o Taller Avanzado Santiago Alvarez (direção de documentários) na Escola Internacional de Cinema e TV de Cuba (2002); Especialista em Produção Audiovisual PUC-RS (2001); Graduado em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo - UNISINOS - RS (1992). Atualmente é professor nos cursos de graduação em Jornalismo e Realização Audiovisual - UNISINOS. Também é professor no curso de especialização em TV Digital e no curso de especialização em Comunicação e Saúde- UNISINOS. É Gerente de Programação e Conteúdo da TV UNISINOS parceira do Canal Futura. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Produção Audiovisual, atuando

principalmente nos seguintes temas: telejornalismo, sitcom, videoclípe, produção documental, produção de séries educativas para televisão e web.

Eloísa Joseane da Cunha Klein

Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), como bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Graduada em Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí). Experiência como jornalista em jornais, na Revista Informação (Sinpro-Noroeste) e em assessoria de imprensa. Tem especialização em Humanidades, foco em Sociologia, pela Unijuí. Interesses de pesquisa: teoria e pesquisa em Comunicação; aprendizagem social e mídia; audiovisual; telejornalismo; cultura e tecnologia; redes sociotécnicas; reportagem; jornalismo e conhecimento via processos audiovisuais; autorreferencialidade; aspectos pedagógicos do jornalismo e experiência de construção social de noções sobre o jornalismo, mídia e comunicação; midiaticização; mídias digitais; circulação; jornalismo alternativo; assessoria de comunicação; produção informativa institucional e pessoal em mídias sociais

Gilson Luiz Piber da Silva

Doutor em Ciências da Comunicação, área de Concentração em Processos Midiáticos, linha de Pesquisa Midiaticização e Processos Sociais, pelo PPGCom da UNISINOS (RS). Mestre em Ciências da Linguagem pela UNISUL (SC). Possui pós-graduação, nível de especialização, em Pesquisa e Ensino do Movimento Humano pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM - RS). É graduado em Comunicação Social - Jornalismo - pela UFSM. Jornalista concursado da Coordenadoria de Comunicação Social da UFSM, com lotação na Rádio Universidade, e professor do curso de Jornalismo, do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA - RS), nas áreas de rádio e jornalismo esportivo. Tem experiência na área de comunicação,

com ênfase no rádio, jornalismo impresso e televisivo, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, história do rádio e da televisão, comunicação esportiva, jornalismo esportivo, midiatização, história do futsal e futebol, política e educação.

Jairo Ferreira

Professor Titular I do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Pos-doutor em comunicação pela UNR (Argentina). Formado em Jornalismo (UFRGS, 1982) e Ciências Econômicas (UFRGS, 1992), e 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). Prêmio Capes-Paped 2001. Coordenou a criação e é editor de *Questões Transversais - Revista de Epistemologias da Comunicação*. Em 2016, formulou e coordenou o projeto Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. Coordenou o Projeto/PROCAD intitulado “CRITICA EPISTEMOLOGICA - Análise de investigações em curso, com base em critérios epistemológicos, para desenvolvimentos reflexivos e praxiológicos na pesquisa em Comunicação”, com pesquisadores da UFG, UFJF e Unisinos. Coordenou também o Projeto Escola de Altos Estudos intitulado Midiatização, técnica e tecnologias de informação e comunicação, que conta com a participação de Bernard Miege, Serge Proulx e Patrice Flichy. Coordenou o GT de Epistemologia da COMPOS entre 2004-2006. Organizou nove livros e tem cerca de 70 capítulos e artigos publicados em torno dos temas epistemologias da comunicação e midiatização. Atua principalmente nos seguintes temas: epistemologias da comunicação, midiatização, dispositivos, campos das mídias e circulação.

João Ladeira

João Martins Ladeira, professor auxiliar 1 do PPGCC/UNISINOS, possui doutorado em sociologia pelo IUPERJ (2009), mestrado e graduação em Comunicação pela UFF (2003, 2001). Anteriormente, foi bolsista de pós-doutorado Capes/PNPD

(PPGCOM/UNISINOS), professor substituto do curso de direito da Uerj (sociologia), tendo atuado, também, em universidades particulares. Pesquisador associado aos grupos UNISINOS Tcav e Iesp Netsal, seus principais interesses de pesquisa são tecnologias da comunicação e informação, cultura visual, indústria cultural, imagem, indústrias criativas, globalização, teoria social.

Marcelo Salcedo Gomes

Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, com estudos na linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais. Mestre em Ciências da Comunicação pela mesma universidade, com estudos na linha de pesquisa Mídia-tização e Processos Sociais. Bacharel em Jornalismo e Fotografia Instrumental pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Tem experiência nas áreas de fotojornalismo, fotodocumentarismo, teorias da comunicação, semiótica, mídia-tização, fotografia publicitária e ensino de fotografia. Ganhador do Prêmio Adelmo Genro Filho de melhor TCC 2011 concedido pela Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Em sua pesquisa de mestrado, investigou a natureza comunicacional do contato viabilizado pela visualização da fisionomia e presença humana nos retratos da revista National Geographic, no contexto de uma sociedade em processo de mídia-tização. No doutorado, pesquisa o rosto como qualidade comunicacional da tecnocultura.

Maria Clara Aquino Bittencourt

Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Pós-Doutora em Ciências da Comunicação pelo mesmo programa. Doutora e mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Católica de Pelotas. Atua na área de Cibercultura, com ênfase no campo acadêmico, principalmente nos seguintes

temas: convergência midiática, espalhamento de informações, movimentos e mobilizações sociais em rede, hipertexto e jornalismo digital. Integrante do corpo editorial da Revista Verso e Reverso. Membro dos Grupos de Pesquisa Estudos em Jornalismo (GPJor) e Laboratório de Investigação do Ciberacontecimento (LIC), na UNISINOS. Membro do corpo docente dos cursos de Jornalismo e Comunicação Digital da Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Michael Abrantes Kerr

Doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS na linha Mídias e Processos Audiovisuais (2015). Possui mestrado em Ciências da Comunicação pela UNISINOS, na linha de Mídias e Processos Audiovisuais (2008), especialização em informática na educação (2005) e graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Pelotas (1996). Atualmente é professor Assistente do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal de Pelotas . Tem experiência na área de Artes, com ênfase em Cinema, atuando principalmente nos seguintes temas: cinema, audiovisual, semiótica, artes, comunicação social, propaganda e publicidade

Michelli Machado

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos UNISINOS (2013), Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS (2005), graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS (2003). Atualmente, trabalha como jornalista na comunicação institucional da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Tem experiência na área de Redação e Reportagem, Pesquisa, Entrevista Jornalística, Produção televisiva, Roteiros Audiovisuais, Assessoria de Imprensa, Comunicação Interna, Edição e Jornalismo Cultural. Tem atuado, principalmente, nos seguintes temas: ficção televisiva, midiatisação e identidade cultural.

Moisés Sbardelotto

Doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), na linha de pesquisa Mídiatização e Processos Sociais, com estágio doutoral (PDSE/Capes) na Università di Roma “La Sapienza”, na Itália. Autor de “E o Verbo se fez bit: A comunicação e a experiência religiosas na internet” (Editora Santuário, 2012). Colaborador do Instituto Humanitas UNISINOS (IHU). Foi membro da Comissão Especial para o Diretório de Comunicação para a Igreja no Brasil, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). De 2008 a 2012, coordenou o escritório brasileiro da Fundação Ética Mundial (Stiftung Weltethos), fundada por Hans Küng. Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase na interface mídia e religião.

Natalia de Sousa Aldrigue

Doutora em Comunicação com foco em práticas turísticas. Possui graduação em Publicidade e Propaganda pelo Instituto de Educação Superior da Paraíba (2004), graduação em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba (2006) e mestrado em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba (2007). Tem experiência na área de Turismo como profissional de agência e professora, além de experiência em Comunicação, com ênfase em Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: argumentação, discurso, folder, publicidade e marketing

Rosana Cabral Zucolo

Professora adjunta no curso de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2014), Mestre em Educação pela Universidade Federal de Santa Maria (1990), graduada em Comunicação Social - Jornalismo também pela Universidade Federal de Santa

Maria (1984). Atua na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação Comunitária e Jornalismo Científico, principalmente nos seguintes temas: comunicação, cidadania, ensino do jornalismo, web jornalismo e educomunicação. Interesses de pesquisa: Mdiatização das práticas sociais; Estratégias discursivas da mídia; Popularização da Ciência.

Taís Seibt

Jornalista formada pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e mestre em Comunicação pela mesma universidade. Atualmente, faz doutorado em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), tendo como foco de estudos a produção jornalística em ambiente digital. Com 12 anos de experiência em jornalismo multimídia, passou por assessorias de imprensa e redações no Rio Grande do Sul, incluindo o jornal Zero Hora, de Porto Alegre, onde transitou por diversas editorias, ora como repórter ora como editora, tanto para mídia impressa quanto para digital, entre 2008 e 2015. Tem experiência também como freelancer para diferentes veículos, incluindo Canal Rural e BBC Brasil. Desde 2012, quando iniciou o mestrado, tem participado de congressos de comunicação no Brasil e no exterior e já publicou dezenas de artigos sobre seus estudos. Entre 2015 e 2016, foi ainda professora substituta na graduação em Jornalismo da UFRGS, ministrou cursos de extensão na Unisinos e deu palestras em empresas e universidades

Tamires Ferreira Coêlho

Professora Substituta do Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social da Universidade Federal de Ouro Preto. Doutoranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), na linha de pesquisa em Processos Comunicativos e Práticas Sociais, sob orientação da Prof^a Dr^a Ângela Marques, com bolsa da CAPES. Fez estágio doutoral (sanduíche) no CELSA (École des Hautes Études en Sciences de l'Information et de la Communication), Université Paris-Sorbonne,

com bolsa PDSE/CAPES. Mestre em Ciências da Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Atualmente desenvolve pesquisa de doutorado sobre autonomia e subjetivação política a partir da exposição e escrita de si de mulheres do Sertão do Piauí no Facebook. Doutoranda associada ao GRIPIC (Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication). Integrante do Grupo de Pesquisa Processos Comunicacionais: epistemologia, midiaticização, mediações e recepção – PROCESSOCOM (CNPq/CAPES/UNISINOS) e da Rede Temática de cooperação, comunicação, cidadania, educação e integração da América Latina (Rede AmLat). É também integrante do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade – GRIS (UFMG) e do grupo Margem (UFMG). Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Realizou intercâmbio na Universidade do Minho (Portugal) para cursar disciplinas de graduação e mestrado em Ciências da Comunicação. É membro do GT Jovens Investigadores da SOPCOM (Portugal)



CASA LEIRIA
Rua do Parque, 470
São Leopoldo-RS Brasil
Telefone: (51)3589-5151
casaleiria@casaleiria.com.br

Os seus fundamentos são as proposições de Bernard Miège no que se refere aos processos midiáticos, em especial as suas formulações sobre o que é midiatição. O ponto de partida é a crítica ao tecnodeterminismo. Os dois capítulos escritos por Miège sintetizam o conjunto de questões abordadas no seminário. O que destacamos, em suas perspectivas, é uma forma inovadora de refletir dentro da linhagem de pesquisa conhecida como economia política da comunicação. A reflexão sobre os meios e produtos midiáticos não é reduzida a uma economia *stricto sensu*. Ou seja, não se analisa um programa televisivo, um produto jornalístico, etc., como se analisa a economia de bens materiais.

Este livro é um dos resultados do projeto **Mediatização e Tecnologias Digitais/Escola de Altos Estudos/CAPES**. Refere-se ao seminário de Bernard Miège, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, intitulado **Enraizamento social das TICs**.

Além deste, outros dois livros foram produzidos no âmbito do mesmo projeto: **Redes digitais: um mundo para os amadores**. **Novas relações entre mediadores, mediações e mediatizações** (organizado por Patrice Flichy, Jairo Ferreira e Adriana Amaral) e **Mediatização e redes digitais: os usos e as apropriações entre a dádiva e os mercados** (organizado por Serge Proulx, Jairo Ferreira e Ana Paula da Rosa).

ISBN 978-85-8384-043-5



9 788583 840435 >