

# Estudos de Comunicação: da enunciação à mediatização<sup>1</sup>

**Giovandro Marcus Ferreira**

Doutor; Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil  
giovandro.ferreira@gmail.com

## Resumo

O artigo tem como objetivo ressaltar contribuições da semiótica aos estudos da comunicação, levando em consideração mudanças no cenário mediático, com o advento da internet, sobretudo na sua fase de redes sociais. A partir de leituras de teóricos da comunicação, o itinerário traçado evidencia a importância de se aprofundar no universo conceitual, de três domínios necessários para se entender melhor a semiose produzida nos e pelos meios de comunicação: enunciação, circulação e mediatização. O ponto de partida desse trabalho são os estudos dos efeitos, a fim de se repensar outros itinerários de pesquisa, em razão das implicações mediáticas no contexto contemporâneo.

## Palavras-chave

Estudos de comunicação. Enunciação. Circulação. Mediatização.

## 1 Introdução

Este artigo parte do princípio que não há comunicação sem teoria da sociedade e sem teoria da subjetividade. Não há dificuldade nessa afirmação, tendo em vista que a comunicação coloca em relação sujeitos que se comunicam entre eles e tal comunicação estabelece-se no interior de contextos partilhados entre os interlocutores (social, cultural etc.) (ATTALLAH, 1997).

---

<sup>1</sup> Este trabalho foi apresentado no I Congresso Internacional sobre Cultura, em outubro de 2015, na UBI – Universidade da Beira Interior, na cidade de Covilhã, Portugal.

Desde seu início, a história das teorias da comunicação tem articulado, na sua edificação, teorias sociais e teorias da subjetividade, ora mais ou ora menos sofisticadas. As regras da comunicação humana têm seus limites, suas condições demarcadas no e pelo contexto no qual ela está inserida, e a comunicação moderna tem suas particularidades: ela se estabelece entre duas pessoas, entre membros de um grupo, destina-se a milhões de pessoas (comunicação dita de massa) etc. Com o advento de internet, na sua fase de redes sociais, as possibilidades aumentaram, suscitando novos problemas no domínio das ciências da comunicação. Em um contexto marcado pelo anonimato social, como os meios de comunicação de massa estabelecem o elo com seu público? Tendo um conteúdo semelhante e disputando um mesmo público-alvo, quais são as razões que levam os meios de comunicação a uma fidelidade diferenciada entre os membros de um determinado público? Como se caracterizam as relações estabelecidas entre os meios de comunicação, os indivíduos e as instituições na sociedade contemporânea?

Estas e outras questões colocam os estudos da comunicação, de um lado, em um centro de uma teoria social, logicamente vista do domínio da comunicação, que faz apelo a uma perspectiva multidisciplinar para contemplar as exigências que comportam as questões acima. De outro lado, clama por uma teoria da subjetividade e, conseqüentemente, o diálogo também com outras disciplinas para a compreensão da relação dos indivíduos com os meios de comunicação. Ao colocar como objetivo desse texto esses grandes parâmetros, busca-se de uma maneira recortada, oriunda de um estudioso de teorias da comunicação e de análise do discurso mediático, demarcar um itinerário em três pequenas partes: (1) descrição dos estudos dos efeitos, que foram dominantes durante décadas, e a exigência de se pensar outros caminhos de estudo, tendo em vista a mudança do cenário mediático; (2) reflexão sobre o dispositivo de enunciação para atender e contemplar a multiplicidade de matérias significantes que compõem o discurso mediático na sua produção e reconhecimento do sentido; e (3) tentativas de conceituar mediatização (e também circulação), na busca em entender e caracterizar as mudanças nos meios de comunicações, na cultura e na sociedade. De antemão, é importante ressaltar que essa reflexão faz parte de uma pesquisa em curso e ainda padece de um maior amadurecimento ao nível teórico e metodológico.

## 2 Para além dos efeitos

A sociedade mediática emerge no século XX, na correia do surgimento dos meios de comunicação ditos de massa. A revolução industrial proporciona, entre outros, dois grandes acontecimentos que marcam esse século precedente: (1) a urbanização - a população sobretudo, no ocidente, torna-se mais urbana, formando conglomerados cada vez maiores, fazendo com que (2) o advento dos meios de comunicação de massa passe a fazer parte do cotidiano de milhões de pessoas. É possível assistir a imprensa com tiragem que ultrapassa 1 milhão de exemplares em algumas grandes cidades, no início do século XX; o rádio expandindo-se já nos anos 10 e 20; a televisão com transmissões a partir dos anos 30; sem falar no cinema inventado no final do século XIX, porém, com um extraordinário crescimento no século XX; e no final do século, o aparecimento da internet. Diante desse cenário, há uma grande indagação, oriunda dos estudos desses meios que, igualmente, atravessa o século: o que os meios de comunicação fazem com as pessoas e a sociedade?

Os estudos dos efeitos dominam a cena dos estudos acadêmicos que podem ser caracterizados da certeza dos efeitos ilimitados à certeza dos efeitos limitados (FERREIRA, 2007). Houve diversos fatores que corroboraram com a dominação dos estudos dos efeitos, dos impactos dos meios de comunicação junto à população: no período das duas grandes guerras, depois da segunda guerra, houve um extenso período conhecido como “guerra fria” que fora, igualmente e, fortemente, marcado pela disputa de propaganda - como antes era denominada - “guerra de comunicação”. Teve-se também a presença de diversos governos autoritários e totalitários (nazismo, stalinismo, franquismo etc.) que se serviam, fartamente, da propaganda. sem falar na sua utilização também pelo governo dos EUA, que arrasta e incentiva os “pais dos estudos da comunicação” ao seu serviço (Paul Lazarsfeld, Carl Hovland, Nobert Wiener, Claude Shannon etc.). Outro agente bastante influente e o pouco estudado são as fundações que financiaram e priorizaram os estudos dos efeitos, como as fundações Rockefeller, Ford, entre outras. A Fundação Rockefeller tornou-se um pivô nesta *démarche* em razão da idealização do *Rockefeller Foundation Communication Seminar*, realizado ao longo de dois anos, provocando grande repercussão nas pesquisas e na estruturação do ensino de comunicação nos EUA (FERREIRA, 2015). Tal perspectiva extrapola o contexto acadêmico dos Estados Unidos, ao influenciar os estudos de comunicação em diferentes países, haja vista a importância das ações de Wibur Schramm,

no interior e fora dos EUA, articulado com atividades da UNESCO (SCHRAMM, 1997; FERREIRA, 2015).

No último quarto do século XX, há uma preocupação sobre o estudo de recepção, e percebe-se uma migração dos efeitos específicos, diretos e a curto prazo, aos efeitos difusos, indiretos e a longo prazo.<sup>2</sup> Um primeiro eixo pode ser chamado de construção social da realidade, que trabalha com a noção de efeitos cognitivos, no lugar de efeitos de propaganda. Os efeitos são vistos pela quantidade e pela qualidade das informações e por esta base que o receptor fundamenta-se, em parte, para pensar e agir no dia a dia. Os meios de comunicação contribuem assim na “construção” da realidade, na qual se encontram e evoluem os indivíduos (DERVILLE, 1997). Alguns estudos evidenciam a ideologia ou a cultura profissional, levando a construção de um quadro interpretativo (uma espécie de efeito de enquadramento). Neste domínio, sobressaem estudos, frequentemente marcados por denúncias, referente às tipificações de árabes, nordestinos, operários, pobres, entre outros. Os estudos de etno mídia, sobre o racismo e, o feminismo têm adquirido relevância na produção acadêmica, no âmbito da comunicação, que são oriundos desta perspectiva (FERREIRA, 2007).

Um outro eixo é a contribuição dos meios de comunicação na formação e na mudança das identidades individuais e coletivas. Tal perspectiva de estudo avança na noção de *bricolage* na construção de um perfil, muitos desses estudos recorrem a história para estudos da classe operária, classe média. Outros, por sua vez, fazem uma análise da segmentação de produtos midiáticos dedicados aos “gays”, negros e, índios. Em um livro dos anos 90, Stuart Hall busca contribuir no estudo de identidade cultural e oferece um livro com posições “simpáticas”, ao pressuposto de que as identidades modernas estão deslocadas e fragmentadas (HALL, 1999).

A contribuição dos meios de comunicação, no elo social, é um outro eixo que marca, atualmente, os estudos de recepção mediática. Nesta perspectiva, destacam-se os meios de comunicação enquanto centro de interesse de grupos sociais, em especial, a família. A televisão como elemento catalisador das relações familiares. Já a influência da televisão, no elo social, é trabalhada na maneira a usar o controle remoto na legitimação ou não do pai, da mãe etc. Também, na repercussão provocada por ela em conversas entre próximos (você viu?, gostou?, não gostou?). Como insiste Wolton, assistir televisão é fazer parte de uma

---

<sup>2</sup> A reflexão sobre os eixos de estudos da comunicação, foi feita, anteriormente, no artigo com referência indicada como Ferreira (2007).

coletividade, numa constituição de um espaço de uma comunidade invisível (WOLTON, 1999), ou ainda, como diz Dayan, a televisão não se deixa simplesmente ver, ela se deixa ver “com” (DAYAN, 1992).

A história dos estudos de comunicação pode oferecer um olhar mais alargados sobre a relação mídia-sociedade-indivíduos.

Este olhar rápido, e de uma certa maneira esquemático, sobre os estudos sobre os efeitos, pode nos oferecer alguns ensinamentos, que parecem não ser impactantes ou mesmo para alguns decepcionantes nas suas expectativas de efeitos espetaculares, mas podem ser proveitosos e incentivadores em futuras investidas. Primeiramente, tais estudos distanciam-se de respostas definitivas e certeiras. Segundo, os efeitos são geralmente nuançados e quando, no entanto, percebe-se alguns impactos, eles são circunscritos a um determinado público, em certas circunstâncias, sob certas condições específicas. Terceiro, o receptor está sempre socialmente situado, e por fim, ele não é passivo em relação às mensagens recebidas. Ele se coloca freqüentemente numa relação marcada por uma negociação com a produção, ou seja, a recepção é um lugar de reconhecimento e de construção de sentido (FERREIRA, 2007, p. 160).

A cena mediática vai mudar no final do século XX, sobretudo, com a internet na sua fase de redes sociais, diferenciando-se na sua arquitetura específica em relação aos meios de comunicação, antes marcada por um modelo comunicativo massivo, no qual uma única fonte (emissor) propõe uma mensagem a uma massa silenciosa, que a dispõe. O telefone estabelece uma comunicação, normalmente, entre duas pessoas. Até pouco, grande parte das atividades humanas desenvolvia-se em pequenos grupos, mas ela não era tecnicamente viável. A internet permite a comunicação entre grupos, e seus membros recebem e emitem informações fazendo e refazendo os grupos como sempre assistiu-se no cotidiano das pessoas ao longo do tempo. Isso é uma novidade na cena mediática.

É preciso ressaltar que se tem uma tecnologia inacabada, em transição, e há a necessidade de abordá-la de uma maneira que salvaguarda “uma flexibilidade técnica”, pois, na história de diferentes técnicas, percebe-se que não existe um determinismo. Uma abordagem construtivista permite analisar uma nova técnica e seu desenvolvimento em um cenário marcado pela maleabilidade. “Há sempre de vias alternativas de desenvolvimento de certas forças sociais determinam essas que serão privilegiadas e aquelas que serão abandonadas.” (FEENBERG, 2014, p. 42). Pode-se, então, explicar pelos acontecimentos históricos e não pela superioridade técnica “[...] porque, por exemplo, nós utilizamos geladeiras que funcionam à base de eletricidade em vez de gás e porque nossos carros funcionam à base de gasolina em vez da eletricidade.” (FEENBERG, 2014, p. 42).

Uma tecnologia, nesta visão, será analisada numa constante confrontação-negociação, por meio de processos dinâmicos relativamente rápidos. “Em torno de uma mesma tecnologia, com um design ligeiramente diferente, pode servir aos interesses e às necessidades de grupos sociais bem diferentes.” (FEENBERG, 2014, p. 42) Essa é também a perspectiva aqui utilizada para se pensar a internet nos seus diferentes modelos de rede, que coexistem, atualmente, e representam configurações possíveis que podem prevalecer no futuro: consumação, informacional e comunitário (FEENBERG, 2014).

A essência do modelo em questão é a possibilidade de reciprocidade, cada participante circula entre os polos de emissão e recepção de conteúdos, formados através de grupos que formam espécies de comunidades on-line, - com condições sociais e técnicas - aproximando-se de características da comunidade face-a-face. A possibilidade técnica de reciprocidade da internet carrega uma diferença fundamental em comparação aos meios de comunicação tradicionais.

A internet fomenta, ainda na atualidade, toda sorte de imaginário político, em especial, quando se intensificaram as redes sociais, reforçando as opções de conversação, além da informacional e de consumação. Houve um alargamento do espaço público, porém, com mudanças em relação ao seu funcionamento de tempos atrás. Antes do advento das redes sociais via internet, havia uma divisão entre o informacional e o conversacional. O espaço público era o lugar de exercitar, sobretudo, a racionalidade, havia uma fronteira nítida entre o informacional e a correspondência íntima, no âmbito do conversacional. O novo espaço público alargado pode abarcar operações denominadas de “extimo”, um jogo de palavra que significa externar o íntimo, cujo espaço passa a ser frequentado, cada vez mais, por emoções, intimidades, paixões nas discussões públicas. Como bem disse Patrice Flichy, estamos vivendo, na era digital, a coroação do amador. O novo espaço público é também ocupado pelo amador, no apagamento das fronteiras entre o informacional e o conversacional (FLICHY, 2010).

O campo comunicacional poderá se enriquecer e se beneficiar, deste momento profícuo e desafiador, contribuindo na compreensão das mudanças nos meios de comunicação na cultura e na sociedade em relação à produção, ao poder e à experiência. Revisitar o passado do campo e das teorias da comunicação, conhecer melhor, pelo viés de uma teoria social, as mudanças do contexto com suas tendências pesadas, as condições de produção e de reconhecimento dos processos comunicativos, tudo isso pode proporcionar

uma viagem empolgante e estimulante ao mundo da semiose da mediatização, a partir de um olhar do domínio dos estudos da comunicação.

### 3 Da semiose: em busca do dispositivo de enunciação

As operações conduzidas pela semiótica textual tornam-se uma parte do círculo hermenêutico na articulação das três mimésis. O círculo semiológico torna-se uma das mimésis (II) ou a configuração, que se encontra situada entre as outras duas: a mimésis I ou a pré-figuração e a mimésis III ou a refiguração (RICOEUR, 1983). As três mimésis constituem um processo de semiotização global, pela qual se procura demonstrar que o tempo é estruturado como uma narração.

As mimésis, segundo Paul Ricoeur, recuperadas da reflexão de Aristóteles sobre a poética, constituem-se, ao mesmo tempo, em uma teoria do texto e em uma teoria da ação e descrevem uma dupla face do signo. Por um lado, ele não é a coisa, ele não chega a se metamorfosear em coisa, mas por outro lado, ele evoca alguma coisa e ele é uma “imitação” ou uma “re-presentação” da coisa. Nesta dupla face, encontra-se a força e a fraqueza do signo, da qual se origina o funcionamento dialético da tripla mimésis (RICOEUR, 1986). Ao estabelecer uma aproximação com a construção do discurso mediático (jornalismo), é possível esboçar um quadro das Mimésis (M I = fato, M II = notícia e M III = interpretação, leitura), ou seja, o fato, passando pela construção da notícia, à sua leitura, à sua interpretação (FERREIRA, 1999).

Busca-se, então, como uma semiotização global, reabilitar o social ou o mundo da ação no estudo de fundo semiótico, e vice-versa, quando o ponto de partida for o chão das teorias sociológicas. Há uma relação de autonomia e de dependência entre as duas instâncias de significação pelos sujeitos implicados no ato de linguagem, ou melhor, no processo de enunciação. É possível designar quatro sujeitos engajados no duplo processo de - transformação e transação - da tripla mimésis: os sujeitos sociais ou empíricos, protagonistas que se encontram no espaço do fazer – Sujeito Comunicante (Sc) e Sujeito Interpretante (Si); os sujeitos discursivos construídos no processo de transformação, circunscritos ao espaço do dizer – Sujeito Enunciador (E) e Sujeito Co-Enunciador (Co-E).

A encenação do ‘dizer’ implica em um olhar implícito, no que tange à posição dos sujeitos empíricos. Pode-se dizer que o processo de enunciação conduz – no nível de uma leitura metodológica - a “dois contratos” que se influenciam, mutuamente, e se desenvolvem em uma permanente relação. A evolução do posicionamento discursivo é a evolução do

perfil dos sujeitos sociais e dos sujeitos discursivos em uma constante troca entre eles. Todo posicionamento discursivo é, antes de tudo, um posicionamento sócio e semiótico no sentido pleno do duplo processo de significação.

O duplo espaço analítico que se atém os estudos do posicionamento discursivo distancia-se da crítica de John Fiske, quando ele coloca em destaque os limites de certas pesquisas que mutilam seus objetos, no caso específico das análises de audiência: “*Os programas são produtos, distribuídos, definidos pela indústria. Os textos são produtos de seus leitores*” (FISKE, 1987<sup>3</sup> apud MATTELLART, 1999, p. 154).

Em suma, as preocupações aqui expostas buscam fazer um duplo movimento – centrípeto e centrífugo – em relação à construção de sentido dos discursos mediáticos. De um lado, almejando rever a noção de enunciação, tendo em vista a diversidade das matérias significantes que compõem os discursos mediáticos e, de outro lado, dando atenção ao lançamento de pontes – das fronteiras às membranas – em relação a outros domínios científicos tão necessários no conhecimento das estratégias, dos sujeitos empíricos e de suas implicações junto aos sujeitos discursivos.

Todos os avanços acerca da noção de discurso e os vários momentos da semiologia devem ser acompanhados por uma mudança também na noção de enunciação, especialmente, no estudo do discurso mediático. Uma página de um jornal ou um site na internet são objetos complexos para a análise de seus discursos. Eles contêm um discurso a partir de texto, imagens fixas e em movimento (no caso do site), diagramação etc. Diante da complexidade desses e de outros produtos e linguagens mediáticos, torna-se necessário almejar procedimentos metodológicos que sejam capazes de apreender o funcionamento de tamanha heterogeneidade e, ao mesmo tempo, é preciso, igualmente, chegar-se a um efeito unitário.

Buscam-se, então, abordagens acerca da teoria da enunciação que possam ajudar na compreensão dessas diversas matérias significantes que compõem os discursos mediáticos, como à formulada por Antoine Culioli que tem se demonstrado fecunda na perspectiva de análise dos discursos sociais (notadamente, dos meios de comunicação) pelas seguintes razões:<sup>4</sup>

Ela se fixa no cognitivo dos procedimentos linguísticos formalizados de maneira não sequencial;

<sup>3</sup> FISKE, John. *Television culture*. London, 1987.

<sup>4</sup> Esta reflexão sobre a teoria da enunciação de Antoine Culioli foi feita também no artigo aqui identificado como Ferreira (2013).

Ela tem um movimento “abstratizante” que corresponde às necessidades que tocam ao funcionamento mesmo do linguageiro. (VERÓN; FISHER, 1986).

A teoria da enunciação de Culioli, para bem apreender a dinâmica do discurso pelo viés “abstratizante”, centra toda a problemática sobre a atividade modalizante de um sujeito enunciador. Antoine Culioli observa dois momentos na realização dessa análise: (1) a conjugação das modalidades enunciativas e (2) a construção das representações – “substitutos desgarrados da realidade”.

As modalidades enunciativas são focadas sobre o conteúdo do enunciado. Elas indicam diferentes julgamentos sobre o enunciado e colocam em evidência a intervenção da relação intersubjetiva em um discurso, pois, o sujeito não é “real”, mas teórico, um modelo metalinguístico que permite um inventário dos funcionamentos cognitivos. Culioli trabalha com quatro tipos de modalidades diferentes na relação intersubjetiva (VERÓN; FISHER, 1986):

- a) as modalidades-1 correspondem às enunciações assertivas tradicionais. Normalmente, o lugar primordial é construído sob forma de predicação, uma formulação linguística que se valida como referência pela afirmação ou pela negação;
- b) as modalidades-2 fazem, de sua parte, referência às fórmulas linguísticas no qual o julgamento sobre o enunciado está baseado sobre o *necessário* ou o *possível* do eventual ou do provável em certos casos;
- c) as modalidades-3 encontram-se em uma dimensão do *afetivo* ou *apreciativo*, centrada sobre o Ego (sujeito enunciativo). Por intermédio dos apreciativos, podem ser formulados julgamentos autocentrados, refugiando-se numa espécie de “eu penso que”, levando à validação, ao reenvio, à imagem especular do “eu”. Em certos casos limites, as modalidades-3 poderão estar colocadas no patamar do “é evidente que”;
- d) as modalidades-4 tem uma relação modal que coloca em jogo o Ego e o Alter, o enunciador e o co-enunciador. A injunção é uma fórmula linguística que utiliza essa relação intersujeitos no discurso, isto é, a presença do co-enunciador na enunciação. Pela sua complexidade, tal fórmula linguística exige uma abordagem metalinguística.

Na comparação das três primeiras modalidades, as M-1 e M-2 têm como validação a objetividade, pois elas se abrem ao julgamento universal. Em contrapartida, as M-3 centram

o modo de validação sobre a subjetivação, elas não procuram uma referenciação exterior. As três modalidades estão sob o jugo da validação objetiva ou subjetiva. Em relação às modalidades-4 (M-4), a validação não se encontra em um ou em outro extremo.

Este tipo de enunciado é uma interpelação que não admite um desnível entre a temporalidade da ação e o presente da enunciação. As modalidades 4 estão em ruptura com as M-1 (asserção tradicional), mesmo se todas as duas (M1 e M4) têm sua fixação no presente da enunciação, pois a introdução do co-enunciador faz emergir uma indeterminação fundamental no tocante aos valores de verdade dos enunciados. Ambos enunciados (A e B) não podem ser considerados sob a responsabilidade, unicamente, do enunciador tanto quando é tratado objetivamente ou subjetivamente.

O enunciado caracterizado pela formulação enunciativa assertiva (pela marca do possível) encontra-se em um futuro visado pelo enunciador. Portanto, este acontecimento não se realizou numa “predição” pela qual sua execução encontra-se no dispositivo enunciativo construído. Pode-se, então, explorar dois caminhos analíticos, a partir de uma abordagem topológica: de um lado, eles elaboram o plano enunciativo, estando o sujeito enunciativo na origem e, de outro, o plano das representações (VERÓN; FISHER, 1986). A relação entre esses dois planos introduz um desnível, uma distância, que permite se trabalhar, não mais com marcas linguísticas, mas pelo viés de noções.

Este termo noção provém da insatisfação que concerne ao tratamento lexicológico. Os estudos lexicológicos são feitos com objetivos precisos e o trabalho é feito de maneira coerente numa disciplina e não conduz sempre resposta à espera de outras disciplinas... As noções são sistemas de representação complexos de propriedades físico-culturais, isto é, propriedades de objetos saídos de manipulações necessariamente tomados ao interior de culturas e, deste ponto de vista, falar de noção é falar de problemas linguísticos. Eu não vejo como se poderia levantar o problema de outra maneira (CULIOLI, 1990, p. 49-50).

A análise pensada em termos de caminhos engaja-se, desde já, em uma “metalinguística operatória”. No caso estudado, busca-se construir uma tipologia que tenha, desde sua origem, uma dupla escolha: (a) o enunciador estabelece ao co-enunciador as condições e os limites de suas interpretações, e (b) a validação da construção proposta é “reenviada” ao co-enunciador (CULIOLI, 1990).

Segundo Verón e Fisher, a abordagem proposta por Antoine Culioli tem uma dupla vantagem: ela coloca em evidência uma problemática, a partir das relações intersubjetivas e ela faz apelo, ao mesmo tempo, a instrumentos mais abstratos, tendo em vista a explicação

de operações cognitivo-linguageiras. Toda essa *démarche* possibilita analisar os discursos sociais que não são unicamente languageiros, como é o caso da imprensa, da televisão etc.

Um paralelo pode, então, ser feito entre as características das injunções analisadas por Culioli e o discurso mediático: todos caracterizam-se por uma produção que se endereça a alguém e que poderia encontrar-se em situação de recepção. Esse alguém está longe de ser anônimo, quando se constrói um co-enunciador bem determinado. Para tal construção, o co-enunciador será o sujeito que assumirá as operações complexas, e a quem se emprestará intenções, necessidades, interesses e uma identidade bem precisa (VERÓN; FISHER, 1986).

A busca por novos caminhos acerca dos estudos da enunciação, surge, a partir da necessidade de se construir um conceito mais eficaz e abstrato, em contrapartida menos contedúístico - do dispositivo de enunciação para as análises dos discursos mediáticos. De um lado, pela importância e centralidade de tal conceito no domínio discursivo e, de outro, pela complexidade das matérias significantes dos discursos mediáticos, tentando, assim, não mutilar as interpretações de corpus analisados que são bem mais complexos do que aqueles utilizados, no domínio da lingüística e, que ajudaram edificar o conceito de enunciação pelas marcas oferecidas pelos enunciados.

#### **4 Da semiose: compreender a sociedade mediatizada**

Um novo conceito apresenta-se, mais intensamente, na cena analítica dos estudos dos meios de comunicação nos anos 80: a mediatização. A sociedade em mudança, a partir de diferentes ciências, busca caracterizá-la como pós-industrial, pós-moderna, ente outras. Estudiosos do domínio da comunicação buscam fazer uma leitura de tais mudanças, colocando em relevo uma nova etapa da hiper-mediatização, como resultado da emergência dos multimeios; uma explosão provocada pelos hipertextos, no bojo da maturação dos processos de globalização em seus diversos âmbitos e aspectos. Contudo, visto do domínio da comunicação, "O interesse do conceito de mediatização é que permite pensar juntos múltiplos aspectos da mudança social das sociedades industriais que até agora se tem analisado e discutido de forma relativamente dispersa." (VERÓN, 1997, p. 12).

Apesar das controvérsias em torno do conceito de mediatização, ou *conceptual bandwagon* (conceito modismo, conceito arrastão), como fora também caracterizado em um recente artigo polêmico (DEACON; STANYER, 2014), procura-se, elaborar uma reflexão, com o intuito de colaborar para seu amadurecimento teórico e empírico, referente à análise da

realidade contemporânea, na qual os meios de comunicação estão implicados em diferentes empreendimentos culturais, políticos e sociais de relevância. O conceito de mediação, também em meio a inúmeras controvérsias, opera e denota processos de comunicação regulares, que não alteram em larga escala a relação entre os meios de comunicação, cultura e sociedade. Sendo assim, Jesus Martín-Barbero propõe três mediações correspondendo a três dimensões: sociabilidade, ritualidade e tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009). A partir dessa ótica, os dois conceitos – mediação e mediatização – não são excludentes, mas sim, complementares, um dando destaque aos processos regulares e o outro aos processos transformadores. Dessa forma, o conceito de mediatização coloca a pesquisa de comunicação em um outro quadro histórico (FERREIRA; ANDRADE, 2015).

Eliseo Verón, em um dos seus últimos artigos, propõe uma teoria da mediatização, numa perspectiva semioantropológica, como processo não-linear, que tem como ponto central o fenômeno mediático da exteriorização dos processos mentais (processos cognitivos) e, que vai além:

[...] da longa sequência histórica dos fenômenos mediáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências. [Ele ainda acrescenta] [...] a vantagem conceitual da perspectiva de longo prazo é nos lembrar que o que está acontecendo nas sociedades da modernidade tardia começou, de fato, há muito tempo, já que os fenômenos mediáticos materializam as distorções e produzem as rupturas do espaço-tempo.

[...] O estágio inicial de cada momento crucial de mediatização pode ser datado, pois consiste de um dispositivo técnico-comunicacional que surgiu e estabilizou-se em comunidades humanas identificáveis, o que significa que foi, de uma maneira ou de outra, adotado. Não há determinismo tecnológico implícito aqui: em qualquer tempo, a apropriação pela comunidade de um dispositivo técnico pode tomar muitas formas diferentes; a configuração de usos que finalmente se torna institucionalizada em um lugar e tempo particular ao redor de um dispositivo de comunicação (configuração que pode ser propriamente chamada de meio) só necessita de explicação histórica. (VERÓN, 2014, p. 16).

Diante de tal dimensão e desafio, os estudos sobre a mediatização, geralmente, objetivam um engajamento da investigação interdisciplinar, relacionando-se com outras áreas como a educação, a política e a religião – provocando que cada um aporte sua contribuição e esforço para tal reflexão.

Si é verdade que os meios de comunicação se tornaram mais importantes para diferentes campos da sociedade moderna, tais como política, educação, religião e ciência, estudiosos da mídia e as pesquisas em comunicação fariam bem em colaborar com especialistas experientes

nestes domínios: os estudiosos da ciência política, pedagogia, religião, sociologia do conhecimento e assim por diante. O que nós podemos trazer a tal diálogo interdisciplinar é nossa experiência em processos mediados pelos meios de comunicação (“mediação”) e seu potencial transformador (“mediatização”) (HEPP; HJARVARD; LUNDBY, 2015, p. 316).

Nesta visão interdisciplinar, o conceito de mediatização não representa um processo social de causa-efeito, mas um movimento complexo, estimulado pelo desenvolvimento dos meios de comunicação e outras dinâmicas, envolvendo diferentes instituições, no qual os agentes tentam fazer uso dos meios de comunicação para seus próprios fins e objetivos.

A mediatização, como um conceito importante nos estudos de comunicação, chama atenção para uma problemática que muda a concepção dos meios de comunicação na perspectiva de processos interacionais entre campos sociais: eles deixam de ser uma “variável dependente”, segundo a teoria funcionalista, e vão além da constatação da centralidade dos meios de comunicação, já que a constituição e funcionamento da sociedade – a produção da semiose social – “[...] estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que denominaria a ‘cultura da mídia.’” (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

A mediatização da sociedade contemporânea está marcada por dois processos aparentemente contraditórios, mas que estão bem presentes no cotidiano das pessoas e instituições: globalização e individualismo. Os campos sociais sofrem o tensionamento desses dois processos. A globalização atinge, desde muito cedo, não só o campo econômico, mas também o campo cultural, religioso, jurídico, educacional etc. No entanto, em um mundo de mudanças rápidas e incontroláveis, as pessoas tendem a reunir-se em identidades primárias.

Nestes contextos complexos da contemporaneidade - globalizados e individualizados - que giram em torno da Rede e do Ser e que perpassam nas relações diversas no interior das sociedades (instituições, meios, atores individuais), a análise da produção de sentido mediatizado torna-se um grande desafio para a pesquisa em comunicação, e o campo comunicacional é convocado para reforçar sua estruturação conceitual (SODRÉ, 2014).

O amadurecimento do conceito de mediatização vai passar, necessariamente, por uma maior compreensão do conceito de circulação e do espaço-tempo na produção de sentido mediatizado na sociedade. A cada mudança no processo de mediatização, na história da humanidade, que não ocorre de maneira linear nem determinista, observam-se distorções que produzem rupturas no tempo e no espaço, aumentando a autonomia de

emissores e receptores e resultando em um processo de descontextualização do sentido. (VERÓN, 2014)

A materialização e a importância do conceito de circulação torna-se fundamental, tendo em vista que tal conceito constrói-se pela diferença entre a produção e os efeitos dos discursos. As pistas sobre a superfície dos discursos são interpretadas a partir de dois pólos analíticos, enquanto traços das operações de engendramento da produção e do reconhecimento que define o sistema de interpretações de leitura. As condições da circulação são variáveis, uma vez que sofrem a influência do suporte material-tecnológico, da dimensão espaço-temporal, que possibilita a análise ser feita de maneira diacrônica, além, obviamente, da sincrônica. No aspecto suporte material-tecnológico, a circulação faz apelo às condições de funcionamento da sociedade em um dado momento, já no aspecto da dimensão temporal, a circulação dos discursos suscita a espessura da história social dos discursos, suas gramáticas, que, por sua vez, remete as mudanças nas condições “econômicas, sociais, políticas de sua leitura” (VERÓN, 2004).

A noção de circulação surge como a mais ‘evanescente’ (a circulação não deixa traços nos discursos), ela é ao mesmo tempo aquela que dá ao modelo sua dinâmica: designa o modo como o trabalho social de investimento de sentido nas matérias significantes se transforma com o tempo (VERÓN, 2004, p. 54).

Resta saber agora como será o tempo de enfrentamento para mais alguns desvendamentos dos mistérios da construção de sentido, em uma concepção de semiose infinita, social e histórica, em uma mediatização que reflete as novas condições de relevância progressiva, no âmbito da transformação dos meios de comunicação na cultura e na sociedade (HJARVARD, 2014).

Com estes enormes desafios, uma perspectiva de construção de uma teoria da mediatização – associada ao reforço de uma maior compreensão do universo conceitual da enunciação e circulação - pode representar um passo importante no enfrentamento, de um lado, da fragmentação interna das pesquisas em comunicação e, de outro, em relação ao deficit que há entre o domínio da comunicação e outros campos de estudos, na importação e exportação de conceitos. Os desafios são realmente enormes, tendo em vista que se trabalha em torno da mediatização, desde o início dos anos 80 (VERÓN, 1984), isto é, já se vão mais de 30 anos e ainda não foi possível construir uma teoria da mediatização. Talvez aqui esteja uma das respostas às provocações de Craig Calhoun deslumbrando um horizonte possível no século XXI para o domínio das ciências da comunicação ser uma “ciência social e mais”,

na condição de campo mais importante para o estudo de diversas dimensões que representam as transformações sociais, políticas, culturais e contemporâneas (CALHOUN, 2012).

## Referências

ATTALLAH, Paul. **Théories de la communication**: histoire, contexte, pouvoir. 2. ed. Sainte-Foy (Québec): Télé-université Université du Québec, 1997.

CALHOUN, Craig. Comunicação como Ciência Social (e mais). **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (INTERCOM)**, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 277-310, jan. / jun. 2012.

CULIOLI, Antoine. **Pour une linguistique de l'énonciation**, Tome 1. Paris: Ophrys, 1990.

DAYAN, Daniel. Les mystères de la reception. **Le Débat**, Paris, n. 71, Gallimard, september-october 1992.

DEACON, D.; STANYER, J. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon? **Media, Culture and Society**, New York, v. 36, n. 7, p. 1032-1044, 2014.

DERVILLE, Gregory, **Le pouvoir des médias**: mythes et réalités. Grenoble: PUG, 1997.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

FEENBERG, Andrew. Vers une théorie critique de l'internet. **Tic&Société**, Paris, v. 8, n. 1-2, p. 29-56, 2014.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Uma leitura dos estudos dos efeitos. In: BARROS FILHO, Clovis; CASTRO, Gisele (Org.). **Comunicação e práticas de consumo**. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 151-162.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Do círculo semiológico ao círculo hermenêutico: contribuições de Paul Ricoeur à análise do discurso. **Interface**, Vitória, v. 3, n. 5, set. 1999.

FERREIRA, Giovandro Marcus; ANDRADE, Ivanise Hilbig de. Percurso da reflexão sobre a mediatização nos estudos de Eliseo Verón. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: INTERCOM, 2015.

FLICHY, Patrice. **Le sacre de l'amateur** : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique. Paris: Seuil, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

HEPP, Andreas; HJARVARD, Stig; LUNDBY, Knut. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. **Media, Culture & Society**, New York, n. 2, v. 37, 2015.

HJARVARD, Stig. Mediatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n.1, p. 21-44, jan./jun. 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

RICOEUR, Paul. **Temps et récit I**. Paris: Seuil, 1983.

RICOEUR, Paul. **Du texte à l'action**. Paris: Seuil, 1986.

SCHRAMM, Wilbur. **The beginnings of communication study in America**: a memoir. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

VERÓN, Eliseo ; FISHER, Sophie. Théorie de l'énonciation et discours sociaux. **Études de Lettres**, Lausanne, p. 71-92, octobre-décembre 1986.

VERÓN, Eliseo. Le séjour et ses doubles: architectures du petit écran. **Temps Libre**, Paris, n° 11, p. 67-78, 1984.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos**, Buenos Aires, n. 48. p. 9-16, outubro de 1997.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n 1. p. 13-19, jan./jun. 2014.

WOLTON, Prenome. **Éloge du grand public** : une théorie critique de la télévision. Paris: Flammarion, 1999.

## **Communication Studies: From enunciation to mediatization**

### **Abstract**

The article aims to highlight semiotic contributions to the communication studies, taking into account changes in the media landscape with the advent of the internet, especially in the current phase of social networks. The study provides

insights, concerning the importance of further explorations of the conceptual universe of three areas deemed essential for a better understanding of the semiosis produced in and by the media: enunciation, circulation and mediatization. The starting point of this work is the study of the effects, in order to rethink other paths of research due to the media implications in the contemporary context.

## Keywords

Communication studies. Enunciation. Circulation. Mediatization.

Recebido em 24/10/2016

Aceito em 30/10/2016

Copyright (c) 2016 Giovandro Marcus Ferreira. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

