

Eixos investigativos da linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado”



Antonio Roberto Chiachiri Filho

*Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP)
Professor do Mestrado em
Comunicação da Cásper Líbero
E-mail: semeion@uol.com.br*

Edilson Cazeloto

*Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP)
Professor do Mestrado em
Comunicação da Cásper Líbero
E-mail: edcazeloto@yahoo.com.br*

José Eugenio de Oliveira Menezes

*Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP)
Professor do Mestrado em
Comunicação da Cásper Líbero
E-mail: jeomenezes@casperlibero.edu.br*

Luís Mauro Sá Martino

*Doutor em Ciências Sociais (PUC-SP)
Professor do Mestrado em
Comunicação da Cásper Líbero
E-mail: lmsmartino@gmail.com.br*

Resumo: A linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado” do Mestrado em Comunicação da Cásper Líbero considera que, concretizadas especialmente nos espaços urbanos e estruturadas pelos processos e ambientes de comunicação, as sociedades contemporâneas experimentam as interfaces entre diferentes linguagens, dinâmicas culturais e formas de organização social. Também são estudadas interfaces com a política e as tecnologias comunicacionais. O artigo é de autoria dos quatro professores que integram essa linha de investigação.

Palavras-chave: *Processos midiáticos, tecnologia, mercado, política, crítica e cultura.*

Investigative axes of the research area “Media Processes: Technology and Market”

Abstract: The research area “Media Processes: Technology and Market” at Cásper Líbero’s Master’s degree in Communication considers that contemporary societies experiment interfaces between different languages, cultural dynamics and forms of social organization, being set mainly in urban spaces and structured by communication processes and ambients. Other objects of study are the interfaces with politics and communication technologies. The authors are the four professors of this research area.

Keywords: *Media processes, technology, market, politics, critique and culture.*

Ejes investigativos de la línea de pesquisa “Procesos mediáticos: Tecnología y Mercado”

Resúmen: La línea de pesquisa “Procesos mediáticos: Tecnología y Mercado” del Mestrado en Comunicación de Cásper Líbero entiende que las sociedades contemporâneas, concretizadas especialmente en espacios urbanos y estructuradas por procesos y ambientes de comunicación, experimentán interfaces entre distintos lenguajes, dinámicas culturales y formas de organización social. También realiza estudios de las interfaces de la política y de las tecnologías comunicacionales. Los autores son los cuatro profesores de esta línea de pesquisa.

Palabras-clave: *Procesos mediáticos, tecnología, mercado, política, crítica y cultura.*

Introdução

Dois fatores influenciam fortemente os processos comunicacionais contemporâneos: a tecnologia e a crescente expansão da lógica mercantil sobre o universo comunicacional e midiático em suas diversas formas e plataformas de distribuição e produção de valor. Concretizada especialmente nos espa-

ços urbanos e estruturada pelos processos e ambientes de comunicação, as sociedades contemporâneas experimentam as interfaces entre diferentes linguagens, dinâmicas culturais e formas de organização social, expressas, inclusive, na criação e fruição de bens simbólicos.

O que significa comentar tecnologia no campo da comunicação? Trabalhar com as linguagens e seu constante crescimento tecnológico



No âmbito das relações entre tecnologia e mercado, e destas com a Comunicação, à dimensão política cabe um papel dos mais importantes. São significativas as mudanças nos vínculos entre cidadãos, sociedades, Estados e empresas. Estão relacionadas com a valorização da interatividade e com o emprego da tecnologia informacional, gerando alterações no processo comunicacional, tornando necessária a redefinição das relações entre as esferas privada e pública, bem como o constante debate a respeito das políticas públicas. Fazem parte desse contexto a reivindicação de políticas voltadas para a democratização do acesso à tecnologia informacional e o debate sobre as relações dos cidadãos com a produção e a distribuição de conteúdo nos diferentes suportes e/ou ambientes midiáticos.

As tecnologias e linguagens digitais demandam abordagens teóricas que considerem as raízes antropológicas da comunicação; a presença dos corpos dos protagonistas antes e depois dos equipamentos; os fluxos de poder presentes nas redes e nas relações entre cidadãos e instituições; as concepções de convergência midiática; as mudanças na percepção do tempo e do espaço nos ambientes comunicacionais; as concepções de

media literacy; a redefinição dos processos de gestão, produção, distribuição e fruição de mensagens; o acesso desigual aos recursos tecnológicos e, ainda, a propriedade da informação e do conhecimento.

Os ambientes tecnológicos provocam acentuadas mudanças não só na produção e distribuição de conteúdos híbridos informativos e de entretenimento, mas também nas vinculações interpessoais, nos imaginários e nos modos de sociabilidade de indivíduos e grupos. Nessas condições, impõe-se a reflexão acerca da natureza comunicacional e midiática das interações nos espaços institucionais e a respeito da emergência das redes, suas inter-relações e suas criações coletivas. Constituem ainda objetos de investigação as dinâmicas de gestão dos negócios de Comunicação, caracterizadas pela desregulamentação dos parâmetros que norteiam o planejamento das corporações que produzem dispositivos e/ou conteúdos. E, ainda, a configuração da esfera pública de uma sociedade globalizada, digitalizada e desigual, na qual os temas da deliberação pública, da participação criativa, da tensão entre identidades e diversidades culturais e a inclusão digital adquirem um papel central.

A linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado” estrutura-se ao redor dos seguintes eixos temáticos, que, por sua vez, se configuram nas disciplinas oferecidas no interior deste recorte específico que o Programa de Mestrado em Comunicação da Cáspes Líbero efetua na área de concentração “Comunicação na Contemporaneidade”: Tecnologia Digital e Mercado da Comunicação; Comunicação, Tecnologia e Cidadania Digital; Mídia e Opinião Pública; Mídias Sociais: Vínculos e Mercantilização na Cibercultura; Sociedade e Mudanças Tecnológicas na Comunicação; Comunicação e Processos Políticos nas Instituições.

Os títulos das dissertações defendidas nesta linha de pesquisa ao longo de 2012 contribuem para um entendimento mais apurado de questões que ela se propõe a investigar:

- Rede social digital como meio: mediações simbólica e tecnológica.
- Indicador de efetividade em uma economia de rede: análise não misantrópica em ambiente digital para defesa do consumidor.
- A competição pública de discursos ambientais: discursos organizacionais x discursos ativistas.
- Comunicação organizacional e fatores de humanização: capital social e humor.
- O show business no Brasil nas décadas de 80 e 90: a influência da *Folha de S.Paulo* no marketing cultural da Souza Cruz e no crescimento do mercado de eventos nacional.
- Premissas deontológicas de Relações Públicas e exigências do mercado: relacionamento entre grandes empresas e stakeholders por meio de redes sociais conectadas.
- As tecnologias digitais e as interações comunicacionais em organizações públicas de defesa nacional.
- A construção de esferas públicas, processos midiáticos deliberativos e a conversação em torno do Projeto de Lei do Ato Médico.
- A construção de notícias e a relação de interdependência entre jornalistas e assessores.
- Comunidades sonoras: mito e tecnopoéticas.
- Nacionalismo basco e redes telemáticas: nação, vinculação e identidade.
- Comunicação e sustentabilidade: o ambiente comunicativo do SWU.
- O uso de redes sociais conectadas no processo de comunicação interna.

Tecnologia Digital e Mercado da Comunicação

Falar em tecnologia implica tentar entender o que representa o sentido desta palavra. É constante associarmos o termo tecnologia a tudo aquilo que há de mais novo, de mais

avanzado, às vezes, quase inexplicável. Não estamos no caminho errado, tecnologia conota, e mesmo denota, sempre um passo à frente na ressignificação do comportamento humano e acompanha o homem desde o começo de sua história.

Tão rápido é o desenvolvimento da tecnologia que temos de percorrer labirintos para tentar apreender seus trajetos. Borges já nos alertava:

Pensé en un laberinto de laberintos, en un sinuoso laberinto creciente que abarcara el pasado y el porvenir y que implicara de algún modo los astros. Absorto en esas ilusorias imágenes, olvidé mi destino de perseguido. Me sentí, por un tiempo indeterminado, percibidor abstracto del mundo. El vago y vivo campo, la luna, los restos de la tarde, obraron en mí; asimismo el declive que eliminaba cualquier posibilidad de cansancio. La tarde era íntima, infinita. El camino bajaba y se bifurcaba, entre las ya confusas praderas. (Borges, 2009: 107)

Nosso propósito, aqui, é comentar a tecnologia no campo da comunicação. O que significa comentá-la no campo da comunicação? Significa trabalhar com o universo das linguagens e seu constante crescimento tecnológico. A proliferação quase que desenfreada dos meios de produção, a busca por uma transmissão mais rápida e mais clara das mensagens, a incessante procura por armazenamento das informações e dos mais variados signos (das mais variadas linguagens) fazem com que o campo da comunicação torne-se e apresente-se com um papel fundamental, primordial, em todos os outros domínios de nossas vidas. Analisando a amplitude do campo da comunicação, Lucia Santaella (2001) recorda o cenário descrito por Lucien Sfez:

Observemos: todas as tecnologias de vanguarda, das biotecnologias à inteligência artificial, do audiovisual ao marketing e à publicidade, enraizam-se num princípio único: a comunicação. Comunicação entre o homem e a natureza (biotecnologia), entre os homens na sociedade (audiovisual e

publicidade), entre o homem e seu duplo (a inteligência artificial); comunicação que enaltece o convívio, a proximidade ou mesmo a relação de amizade (friendship) com o computador (Sfez, 1994: 21).

Estudar e pesquisar essas novas linguagens nos leva a um caminho prenhe de ramificações sógnicas, o que traz, a nós pesquisadores, a grata tarefa de tentar decifrá-las e interpretá-las no sentido de poder compreender as implicações de um novo tempo em que a tecnologia digital integra, cada vez mais, as relações humanas com as máquinas. E, como diz Santaella, “... o mundo começou a ser crescentemente povoado de objetos industrializados, depois do advento dos aparelhos, ele começou a ser crescentemente povoado, hiporpopoado de signos” (Santaella in Domingues, 1997: 37). Signos que vêm influenciar na nossa percepção das coisas, na nossa percepção das mensagens. Que vêm influenciar mudanças nos modelos de negócios e todas suas interferências econômicas, sociais, culturais, nos modos de agir, nas formas de se comportar e nas novas “falsas” dos *games*.

Outro fator importante sobre o qual refletir é a consequência dessas novas tecnologias no pensar e viver o tempo. Se encararmos tecnologia como artefato, ferramenta, instrumento, enfim, uma extensão e ampliação das potencialidades humanas, chegamos a um ponto em que certa facilitação dessas ações do homem leva a novas perspectivas de percepção temporal. A tecnologia digital nos parece um fator determinante nessa nossa reflexão. O digital difere em que em relação ao analógico? Seria no acelerar do tempo? Seria na maneira de ler e interpretar os signos novos? Seriam ambos? A noção de tempo mudou? E com isso a nossa comunicação se transformou?

São questões como essas que nos instigam e nos movem a voltar nossos olhares para o campo da comunicação na contemporaneidade, no qual estamos imersos e grandemente envolvidos. Vale aqui registrar o que disse

Jean-Marie Kinklenberg (2012) na abertura do Congresso Internacional sobre Cultura Visual – Visualist – 2012, em Istambul, conforme nossa tradução:

A acumulação de inovações em um lapso de tempo histórico extremamente breve e a generalização rápida num público vasto de técnicas uma vez misteriosas produz uma mutação radical nos modos de trabalho semiótico e nos discursos sociais que realizam.

Tanto estamos envolvidos, que dificilmente conseguimos ficar desconectados. Cada vez mais, atrativos estimulantes estão disponíveis para o entretenimento, para os estudos, para as pesquisas científicas, para a saúde, para gestão de negócios. São inegáveis as transformações pelas quais a sociedade vem passando. Apenas não podemos esquecer que no decorrer da história humana o processo foi sempre o mesmo; o que talvez nos surpreenda seja a velocidade com que ocorrem tais transformações. Na era da mobilidade, a comunicação se faz quase que instantânea, aproximando as pessoas e fazendo com que a máquina una-se ao biológico quase que numa condição de paridade operacional.

Essas perspectivas enriquecem as pesquisas em desenvolvimento no Grupo de Pesquisa “InEx – linguagens e tecnologias comunicacionais: Integração e Exclusão” e na disciplina “Tecnologia Digital e Mercado da Comunicação”, do Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. A ementa da disciplina indica os temas problematizados a partir dos referenciais teóricos propostos pelo docente e das experiências humanas e profissionais dos participantes: As novas linguagens, sobretudo as digitais, as novas mídias e suas multiplicidades proporcionam um incessante e mutável campo de pesquisa. Os incrementos tecnológicos, a evolução tecnológica, interferem e ressignificam os campos da informação e da comunicação. A percepção das mensagens pelo viés das novas mídias digitais, a portabilidade e a fluidez das mensagens causam mudanças nos modelos

de negócio. Isso tudo faz com que pensemos o papel dessas novas linguagens e seu impacto no âmbito social, focando, sobremaneira, o poder e o crescimento dos signos.

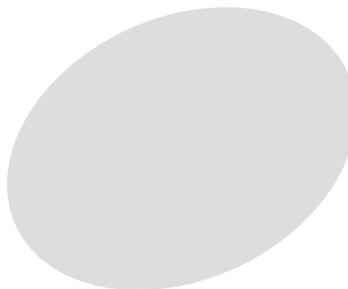
Cibercultura e crítica teórica

As transformações pelas quais o modo de produção capitalista tem passado, desde a segunda metade do século XX (Harvey, 1992), podem ser compreendidas como o ambiente (econômico, sem dúvida, mas também cultural, político e comunicacional) para o desenvolvimento da chamada “cibercultura” (Cazeloto, 2008; Harvey 1992). Este termo, já flexionado a partir de uma perspectiva afinada ao paradigma crítico das ciências sociais (Rüdiger, 2003), designa a proeminência das máquinas portadoras de *chip* como mediadoras privilegiadas das práticas de produção e reprodução da cultura, bem como de sua crescente relevância nos processos de acumulação do capital e exploração do trabalho (Cazeloto, 2008a).

Longe de implicar uma necessária emancipação do ser humano (sustentada, segundo o ponto de vista corrente, pela generalização da comunicação mediada), a cibercultura traz aos estudos de comunicação novas perspectivas e novas questões. Esse ambiente demanda uma postura de pesquisa desmistificadora, capaz de apreender, pelo tensionamento dos objetos, conceitos e teorias, os processos de dominação e exclusão que se naturalizam e escapam ao olhar domesticado do “senso comum” (Trivinho, 2011). A naturalização da mediação telemática, bem como das formas de poder e dominação exercidas e legitimadas, são compreendidas como *efeito* e *condição* das trocas comunicacionais ocorridas nesse ambiente tecnossocial, resultando daí a precedência epistemológica concedida à área de comunicação.

Esse aporte, coerente com os pressupostos da linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado”, visa construir um olhar crítico tanto em relação aos objetos

tecnológicos comunicacionais quanto às relações desiguais de troca e de produção de valor econômico nas sociedades contemporâneas. Assim, “tecnologia” e “mercado” não são tomados como pressupostos, mas como conceitos resultantes de um esforço de investigação de caráter histórico, econômico e cultural.



Longe de implicar uma emancipação do ser humano, a cibercultura traz aos estudos de comunicação novas perspectivas e novas questões

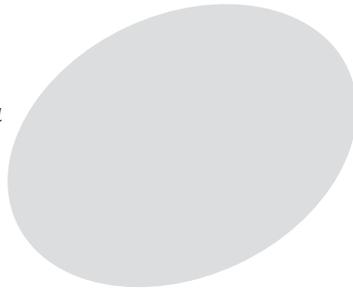
Essa linha de investigação pressupõe, por sua vez, o domínio de um referencial teórico que, oriundo principalmente da comunicação e da economia política, a elas não se reduz, permitindo o cruzamento de conceitos e teorias com o campo da sociologia, da antropologia e da filosofia da técnica. Assim, temas como a construção de vínculos (Cazeloto, 2011), trabalho imaterial (Gorz, 2005; Lazzarato, Negri, 2001), economia da informação e cibercultura, entre outros, são chamados a constituir articulações com as áreas mais tradicionais do campo comunicacional, como o jornalismo e a publicidade, além de constituírem-se (esses próprios temas) como objetos de pesquisa com autonomia relativa.

O aporte teórico e reflexivo promovido não se limita às pesquisas que tenham por objeto as tecnologias e práticas culturais típicas da cibercultura, mas estende-se, em coerência com a área de concentração do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, a todos os fenômenos comunicacionais contemporâneos, uma vez que flexiona questões típicas do atual estágio de desenvolvimento do modo capitalista de produção, constituin-

do, assim, o contexto social e histórico no qual se desdobram quaisquer objetos a serem pesquisados.

A abordagem complementa-se com as atividades desenvolvidas pelo Grupo de Pesquisa “InEx – Linguagens e Tecnologias Comunicacionais: Integração e Exclusão”, orientado para o estudo dos modos de construção de coletividades (e a respectiva produção incessante de exclusões) que ocorre no contexto da cibercultura. Trata-se de considerar o papel que as mediações telemáticas exercem na

Em uma teia de vínculos, cada protagonista participa da comunicação, mais do que é a sua origem ou ponto de chegada



constituição de modos de vinculação típicos do mundo contemporâneo e considerar as formas de poder/dominação decorrentes. Estas temáticas são desenvolvidas nas disciplinas “Mídias Sociais: Vínculos e Mercantilização na Cibercultura” e “Sociedade e Mudanças Tecnológicas na Comunicação”.

O conjunto das reflexões empreendidas, portanto, coaduna-se com uma perspectiva instituída pela tradição dos estudos sociais críticos, compreendendo a comunicação como um campo problemático, modulado pelas condições materiais, históricas e imaginárias do mundo contemporâneo, em que habitam objetos dotados de uma dinâmica própria, passível de ser interpretada por uma abordagem múltipla e, por vezes, não-ortodoxa. Os conceitos manipulados são acionados por uma empiria recente e fugidia, demandando, para além do rigor do pensamento e da captação de dados, a capacidade de imaginação científica e metodológica.

● Comunicação, cultura e tecnologia

Os processos comunicacionais também podem ser abordados a partir de uma perspectiva sistêmica que considere que comunicação e cultura são termos que indicam posturas complementares de compreensão dos processos de vinculação que permitem a vida em sociedade. Assim, em uma teia de vínculos, cada protagonista participa da comunicação, mais do que é a sua origem ou ponto de chegada. Os processos de vinculação, considerando que toda comunicação começa no corpo e nele termina, se manifestam na possível complementaridade entre as “experiências de vinculação presentes na comunicação face a face, na comunicação onde um dos atores utiliza equipamentos de amplificação do corpo, como nos meios impressos, e na comunicação mediada por equipamentos eletrônicos utilizados pelos protagonistas envolvidos” (Menezes, 2007:155 e Pross, 1972).

Essa perspectiva integra o conjunto de estudos de antropologia e de comunicação que contribuem, a seu modo, para a compreensão dos temas e objetos de pesquisa dos docentes e de jovens pesquisadores da linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado”. Na busca das raízes dos processos de comunicação e no estudo dos complexos sistemas digitais que marcam a contemporaneidade, busca-se o auxílio de autores como Harry Pross, Norval Baitello Junior, Dietmar Kamper, Vicente Romano, Muniz Sodré e Vilém Flusser.

Na investigação dos símbolos, dos mitos e dos rituais presentes na forma permeável como a comunicação penetra nas capilaridades ou porosidades do tecido sociocultural (Baitello, 2010), recorre-se a autores como Edgar Morin, Iuri Lotman, Ivan Bystrina e Gregory Bateson.

Na compreensão da forma como os sons repercutem nos corpos – também nas sonoridades radiofônicas tradicionais e digitais – e permitem investigações a respeito de uma cultura do ouvir como ambiente de percep-

ção das possibilidades dialógicas dos protagonistas e, talvez, também dos aparatos que pretendem facilitar a comunicação, recorre-se aos estudos de Christoph Wulf, Rudolf Arnheim, Joachin-Ernst Berendt, Murray Schaffer e Michel Serres, além das contribuições sistêmicas da antropologia da comunicação da chamada Escola de Palo Alto.

Para o estudo crítico da maneira como a chamada cultura digital, com seus aparatos móveis, *games*, redes conectadas e negócios são organizados através de códigos computacionais ou dados digitais controlados por software, parte-se de Vilém Flusser, Siegfried Zielinsky e Thomas Bauer. Abre-se caminho para o diálogo com os pesquisadores brasileiros do universo da cultura digital e dos ambientes tecnológicos que experimentam práticas do jornalismo digital e, especialmente, para a interação fecunda com outros docentes da Linha de Pesquisa e suas fontes de estudo.

A busca de autores que, de forma sistêmica, optam por não confundir o leque de matizes afetivos da vinculação com a simples troca funcionalista de informação permitiu a progressiva construção do grupo de pesquisa “Comunicação e Cultura do Ouvir”. O grupo de pesquisa estuda a comunicação como sistema de vinculação social que possibilita a organização da cultura como macrossistema comunicativo. No estudo das raízes da comunicação, da cultura, da técnica e da tecnologia, investiga as relações entre a comunicação nos ambientes presenciais (tridimensionais) e a comunicação nos ambientes digitais (nulodimensionais). Privilegia a cultura do ouvir como postura fenomenológica para compreensão da comunicação a partir do corpo e de seus sentidos.

Além da sincronização sociocultural proporcionada pelo rádio, nos aparatos tradicionais e digitais, o grupo também se volta para as mudanças na percepção do tempo e do espaço nos ambientes marcados pelos vetores da denominada “cultura digital” como, por exemplo, velocidade, hipertextualidade

e interface. Nesse contexto, investiga os ambientes comunicacionais em perspectiva sistêmica, a ecologia da comunicação, as raízes lúdicas da cultura, as redes e as concepções de *Media Literacy*, os imaginários e as concepções discursivas e/ou dialógicas a respeito da construção coletiva do conhecimento e do exercício da cidadania na cultura digital, bem como as tensões entre mercado e políticas públicas de comunicação locais / globais.

Os temas e questões até aqui indicados são tratados de forma contextualizada no conjunto das teorias estudadas na disciplina “Teorias da Comunicação”, uma das disciplinas denominadas gerais, oferecidas pelo Programa de Pós-graduação para ajudar o mestrando a perceber as teorias da comunicação em perspectiva histórica e distinguir diferentes posturas epistemológicas para compreensão dos fenômenos comunicacionais contemporâneos.

Na disciplina “Comunicação, Tecnologia e Cidadania Digital”, os temas são aprofundados de forma a permitir a abordagem das raízes da cultura, da comunicação, da técnica e da tecnologia; o estudo das relações entre comunicação tridimensional e informações nulodimensionais; as paisagens sonoras e a cultura do ouvir nos ambientes tridimensionais e nulodimensionais; a tensão entre os ritmos dos corpos e a velocidade dos aparelhos; as concepções de aparelho, programa, protocolo, informação e mobilidade; as concepções de cidadania e cidadania digital, movimentos sociais, inclusão digital, práticas colaborativas e *Media Literacy*; e, finalmente, os limites dos discursos sobre cidadania e as possibilidades dos diálogos intersubjetivos / interculturais.

● **Mídia, processos políticos e institucionais**

Na tradição dos estudos de comunicação, os problemas da política, em suas várias dimensões, sempre ocupou um espaço preponderante. De alguma maneira, seria pos-

sível dizer, mesmo, que a preocupação com a política e com as possíveis articulações da comunicação com as questões da democracia e da opinião pública inauguraram os estudos modernos de comunicação. Certamente, as relações entre mídia e política assumiram formas muito diferentes na tradição das pesquisas em comunicação, e seria difícil encontrar um denominador comum para estudos de caráter diverso como os que são encontrados sob esse rótulo.

Mais do que uma dispersão teórica, essa pluralidade talvez possa ser vista como um indicador da vitalidade desses estudos que, de alguma maneira, buscam compreender como a comunicação se insere em um conjunto de relações de poder nos vários âmbitos da sociedade, seja no nível macro das instituições – nas quais se poderia incluir o Estado, o Governo e outras áreas de vínculo, como as religiões, os sindicatos, as organizações empresariais de vários tipos –, onde se situa também a problemática da opinião pública, seja no nível micro das relações interpessoais, entre grupos ou redes sociais, nas quais os nós de visibilidade da circulação do poder nem sempre são perceptíveis na mesma proporção em que no sentido macro.

O conceito de política, como boa parte dos conceitos dentro das humanidades, é um campo de disputas por uma definição legítima do sentido a ele atribuído e, ao mesmo tempo, deriva dessa fluidez toda uma gama de possibilidades de incluir práticas sociais sob essa definição. Se, como explicam Deleuze e Guattari (1998), conceitos são responsáveis pelas delimitações do campo da experiência, o espaço regido pelo conceito de política parece ser relativamente fluido.

Quando se pensa na relação entre os processos midiáticos e seus correlatos políticos, portanto, há ao menos duas vertentes para se observar. Certamente essa divisão é muito mais de caráter didático do que propriamente conceitual, na medida em que as várias dimensões da política se inter cruzam no cotidiano das relações sociais.

Os trabalhos pioneiros de Lasswell (1927) ou Lipmann (1946 [1922]), por exemplo, dedicavam espaço considerável à investigação do que seriam os possíveis “efeitos” da então nascente mídia de massa nos processos de tomada de decisão política. Ao mesmo tempo, a crítica da chamada “primeira geração” da Escola de Frankfurt dirigia seu foco para o potencial negativo das mídias de massa em sua relação com a política e o comportamento dos grupos.

Finalmente, vale lembrar que alguns dos conceitos principais dos estudos contemporâneos de comunicação, como o efeito de enquadramento, o agenda-setting e a espiral do silêncio, nascem nos anos 1970, também como maneira de compreender melhor as relações dos meios com a política e a opinião pública.

Ao mesmo tempo, em uma matriz teórico-metodológica completamente diferente, as relações entre mídia e política ganharam novos contornos a partir de uma definição ampliada de “política”, envolvida com os problemas da construção/representação de identidades no espaço público – e sobretudo nos textos e discursos da mídia, da chamada “cultura de massa” e em espaços semelhantes – que é desenvolvida no âmbito dos Estudos Culturais britânicos (Hall, 1981). A mídia deixa de ser pensada como um lugar de efeitos ou de produtos, mas como um espaço de disputa entre representações, discursos e concepções hegemônicas em contraponto com a possibilidade de resistências, contra-hegemonias e a presença de vozes marginalizadas (Graham, 2008).

As investigações a respeito das relações entre mídia e política, portanto, constituem-se em um vasto campo de análise, que comporta em si desde as indagações mais restritas a respeito das relações entre a comunicação e os poderes constituídos até as relações de poder, representação e identidade nos discursos da mídia, passando pela problemática dos vínculos de comunicação e definição (ou contra-definição) de hierarquias dentro das instituições sociais.

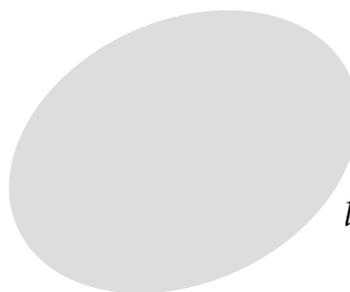
Se, como argumenta Hjarvard (2008) ou Livinstone (2009), vive-se de fato o que esta última denomina “a midiaticização de tudo”, não haveria razões para imaginar que a esfera política, um dos locais pioneiros da investigação dos fenômenos comunicacionais, pudesse de alguma maneira ser incólume a esse processo, recordam Mazzoleni & Schutz (1999), definindo, em linhas gerais, a midiaticização como a articulação das práticas cotidianas e das relações sociais com as possibilidades abertas pelas mídias digitais.

No âmbito da linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado”, ganham especial relevância dois cortes transversais nessas possibilidades de atuação de pesquisadores. Relacionadas às atividades do grupo de pesquisa “Mídia, Instituições e Poder Simbólico”, as discussões sobre política encontram especial espaço nas disciplinas “Comunicação e Processos Políticos nas Organizações” e “Mídia, Opinião Pública e Processo Político”, nas quais tanto a concepção estrita quanto a noção ampliada de política encontram espaço.

No caso da primeira, o foco está nas relações entre comunicação e poder dentro (e ao redor) dos espaços institucionais, focalizando não apenas empresas, mas abrindo espaço para se pensar todo o tipo de instituição social, pensadas, como define Berger & Berger, como uma prática que independe dos indivíduos que a praticam, mas que se estruturam como espaços mais ou menos hierárquicos de posições organizadas por regras, sejam implícitas ou explícitas, e dentro das quais existem situações de conflito. As discussões, nesta área temática constituída pela disciplina, orientam-se sobretudo em torno de autores interessados em trabalhar uma análise crítica do poder no espaço institucional e social, como Michael Foucault (1995), Pierre Bourdieu (1983) e Peter Berger (1978).

Um espectro mais amplo de questões políticas, fora do espaço institucional, é trabalhado na disciplina “Mídia, Opinião Pública e Processo Político”. Discute-se, nela, algumas

das principais dimensões das relações entre mídia e política, entendida não apenas como o espaço das ações políticas em macroescala, mas dedicando-se também ao estudo das relações políticas existentes em escala micro, como as trocas comunicacionais existentes nas conversações públicas a respeito de um



As discussões orientam-se sobretudo em torno de autores interessados em trabalhar uma análise crítica do poder no espaço institucional e social

determinado assunto ou nos micropoderes pessoais que podem se constituir em forma de ação no espaço público. Entende-se que a política, aqui, é um *continuum* do micro ao macro, com rupturas assim como continuidades, de modo a se buscar o espaço das relações de poder. O tema da opinião pública, neste caso, indica parcialmente essa interação entre os extremos ao pensar que a ação política assim se constitui por sua presença dentro de um espaço de visibilidade pública – o que implica dizer, imediatamente, que a visibilidade pública de ações pode ser considerado um índice de sua existência como fato político (Habermas, 1999).

Levando em consideração a concepção ampliada de política, não seria possível deixar de ter em conta que a estética dos meios de comunicação, transformada em produtos midiáticos consumidos e reelaborados por audiências em várias plataformas midiáticas, é um importante elemento na criação de regimes de visibilidade pública de certos discursos, representações e maneiras de articulação de identidades nas oposições entre um nós e um eles pautados em critérios variados (Martino, 2010).

Na medida em que a visibilidade pública

pode ser encarada como atuação política, os discursos da arte e da cultura ganham espaço na disciplina, partindo-se do princípio de que a estética, sobretudo a estética dos produtos midiáticos, como séries de TV, a música popular, filmes, *graphic novels* e desenhos animados, tem algo a dizer no espaço público e, portanto, merece exame – feito a partir de John Street (2007), Kemal & Gaskell (2000), Marques (2010) e Martino (2011).

Finalmente, um tema transversal é a discussão, sempre presente, sobre as mídias digitais. Entende-se que em um processo de midiática da sociedade, no qual instituições tornam-se prioritariamente dependentes de elementos comunicacionais, o tema das culturas digitais em sua relação com as políticas, seja em nível institucional, seja no âmbito da discussão sobre opinião pública, não pode ser delimitado, mas instaura-se como uma forma de mediação tecnológico-digital dos processos sociais e políticos mencionados – não é, nesse sentido, o caso de se estudar “política e internet”, por exemplo, ou “organizações e internet”, mas compreender que a política não existe para além de uma sociedade na qual os ambientes midiáticos estão em constante transformação (Savigny, 2002; Dahlgren, 2005).

Ao mesmo tempo, na medida em que uma mídia não elimina as anteriores, mas pode deslocá-las, alterá-las e mesmo incorporá-las, nota-se que alguns dos objetos delimitados quase um século atrás na pesquisa em Comunicação e Política atu-

alizaram-se, variando na forma, mas mantendo-se restritos a uns poucos princípios no conteúdo. É, de certa maneira, numa busca quase filosófica pelos fundamentos epistemológicos e práticos das relações entre mídia e política que se desenvolvem os temas nesta área. É a compreensão, ou ao menos o delineamento do objeto, em suas contradições e limites, que se busca nesse espaço das disciplinas do Mestrado, bem como do grupo de pesquisa “Mídia, Instituições e Poder Simbólico”.

Considerações finais

Na compreensão de seus temas e objetos de estudo, a linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado” considera de forma criativa as interfaces da comunicação com os estudos dos códigos e linguagens, da política, do universo simbólico da cultura e das tecnologias comunicacionais.

Os integrantes da linha de pesquisa investem na interação com os pesquisadores dos outros grupos de pesquisa da Cásper Libero, articulados no contexto da área de concentração “Comunicação na Contemporaneidade”, e na parceria com grupos de pesquisa de outros programas de pós-graduação em Comunicação de São Paulo, de outras regiões do País e internacionais. As pesquisas em desenvolvimento pretendem auxiliar na compreensão dos processos de comunicação na contemporaneidade.

(artigo recebido ago.2012/ aprovado nov.2012)

Referências

- ARNHEIM, Rudolf. **Estética Radiofônica**. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.
- BAITELLO Jr., Norval. **A serpente, a maçã e o holograma**. Esboços para uma Teoria da Mídia. São Paulo: Paulus, 2010.
- BORGES, J.L. **Ficciones**. Fernández Ciudad: Alianza Editorial, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BYSTRINA, Ivan. **Tópicos de Semiótica da Cultura**. São Paulo: CISC, 1995.
- CAZELOTO, Edilson. "A Monocultura Informática". **Significação. Revista de cultura audiovisual**. v. 29. São Paulo: Annablume, 2008a.
- DAHLGREN, Peter. **Media and political engagement**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?** São Paulo: Ed. 34, 1990.
- FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.
- GORZ, Andre. **O Imaterial**. Conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2005.
- GRAHAM, Todd. "Needles in a haystack: a new approach for identifying and assessing political talk in nonpolitical discussion forums". **Javnost-the public**, v.15, n.2, p. 17-36, 2008.
- HABERMAS, J. "O espaço público – 30 anos depois". **Caderno de Filosofia e Ciências Humanas do Unicentro Newton Paiva**, Belo Horizonte, n. 12, p, 7-28, 1999.
- HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.
- HJARVARD, S. "The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change". **Nordicom Review**, v. 29, n. 2, p. 105-134, 2008.
- KEMAL, Salim; GASKELL, Ivan. "Contesting the arts: politics and aesthetics". **Politics and Aesthetics in the Arts**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- KLINKENBERG, Jean-Marie. **Abertura do Congresso Internacional Visualist**. Istanbul Kültür University, 2012.
- LASSWELL, Harold. "The Impact of Public Opinion Research On Our Society". **Public Opinion Quarterly**, Spring 57, v. 21, n. 1, p. 33-38.
- LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial**. Trad. Mônica Jesus. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LIPMANN, W. **Public Opinion**. Nova York: Pelican, 1946.
- MARQUES, A. C. S. "Interrelações entre estética e política: o papel das emoções, da experiência e da narrativa ficcional". **Anais do XIX Encontro da Compós**, Rio de Janeiro, junho de 2010.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. "Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política". **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília, n. 6, Jul./Dez. de 2011
- _____. **Comunicação e Identidade**. São Paulo: Paulus, 2010.
- MAZZOLENI, Gianpietro; SCHUTZ, Winfried. "Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?". **Political Communication**, v. 16, n.3, p. 247-261, 1999.
- MENEZES, José Eugenio de O. **Rádio e Cidade. Vínculos Sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.
- MORIN, Edgar. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- PROSS, Harry. **Medienforschung**. Darmstadt: Carl Habel, 1972.
- RÜDIGER, Francisco. **Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação**. Trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. "Novos desafios da comunicação". **Lumina**, Juiz de Fora, v.4, n.1, p.1-10, jan/jun 2001. Disponível em: <<http://www.facom.ufjf.br/documentos/downloads/lumina/R5-Lucia.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 212.
- _____. **Inclusão Digital: uma visão crítica**. São Paulo: SENAC, 2008.
- _____. "Vínculos Abstratos: a construção de um Imaginário Capitalista". **Anais do XX Encontro Nacional da COMPÓS**. Porto Alegre: 2011.
- SAVIGNY, H. "Public Opinion, political communication and the internet". **Politics**, v.22, n.1, p.1-8, 2002.
- SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: Editora Unesp, 2001.
- SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola. 1994.
- STREET, John. "Politics lost, politics transformed, politics colonised? Theories of the impact of mass media". **Political Studies Review**, v. 3, p. 17-33, 2007.
- TRIVINHO, Eugênio. **Dromocracia Ciber cultural: a lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2011.
- WULF, Christoph.; BORSARI, Andrea. **Cosmo, corpo, cultura**. Enciclopédia Antropológica. Milano: Mondadori, 2002.

