

Recepção e mediação: enfoques epistemológicos



Rafael Drumond¹

Resumo

Este trabalho aproxima os estudos de recepção às teorias da mediação social. Apresenta-se algumas características deste conceito, assim como sua relação com a matriz teórico-empírica dos estudos de recepção, notadamente as contribuições de Martín-Barbero. Por fim, busca-se redimensionar o escopo destas pesquisas a partir das transformações engendradas pela crescente mediação social, o que implica a compreensão da recepção não apenas como prática de mídia, mas como campo de conhecimento.

Palavras-Chave: Epistemologia da Comunicação; mediação; recepção.

Resumen

Este trabajo aproxima los estudios de recepción a las teorías de la mediación social. Cuenta con algunas de las características del concepto de mediación y su relación con la matriz teórica y empírica de los estudios de recepción, en particular, los apuntes de Martín-Barbero. Por último, buscarse reemplazar el ámbito de la investigación en la recepción a partir de las transformaciones generadas por la creciente mediación social, lo que implica la comprensión de la recepción no sólo como una práctica envuelta por los medios de comunicación, pero también un campo de conocimiento.

Palabras clave: Epistemología de la Comunicación; mediación; recepción.

Abstract:

This work approximates the reception studies to the theories of social mediation. It presents some characteristics of the concept of mediation, as well its relation to the theoretical and empirical matrix of reception studies, particularly the contributions of Martín-Barbero. The scope of research in reception is resized from transformations engendered by the growing social mediation, which implies the understanding of reception as not only a media practice, but as a field of knowledge.

Keywords: Communication Epistemology; mediation; reception.

¹ Linguagens (PPGCOM/UTP)
- Linha de Pesquisa Estudos de Cinema e Audiovisual. Docente e Pesquisador da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) e da Universidade Regional de Blumenau (FURB).

1. Introdução

Trabalho neste artigo uma reflexão sobre as relações possíveis entre o campo da recepção e as teorias da mídiatização social. Inspirado pelos resultados preliminares da metapesquisa “A construção do capital teórico sobre as interações mídiatizadas nos artigos da Compós durante os anos 2000”², exploro algumas contiguidades epistemológicas que aproximam tais abordagens. Na primeira fase da investigação citada, os envolvidos no projeto (entre os quais me incluo) buscaram mapear as evidências da elaboração de capital teórico em torno de um conceito comunicacional emergente: as interações mídiatizadas. Finalizado o levantamento dos artigos selecionados para a primeira amostra de análise (isto é, excluindo-se aqueles que não abordavam, direta ou transversalmente, a temática pesquisada), um dado revelou-se bastante instigador: o Grupo de Trabalho (GT) com a participação mais expressiva no *corpus* então prospectado foi o GT de Recepção.

Em vista da evidência citada, proponho nesta comunicação refletir sobre a aproximação indiciada pelos resultados parciais da metapesquisa. Para tanto, oriento-me pelo seguinte questionamento: em que medida as matrizes teórico-conceituais e os procedimentos metodológicos mais ou menos comuns ao campo da recepção podem ser relacionados às perspectivas nucleadoras dos estudos de mídiatização?

Mais do que refletir sobre tais pontos de contato, utilizo o resultado em relevo para discutir o lugar dos estudos de recepção mediante o atual contexto sociomidiático. Nessa direção, levanto suspeita sobre a noção de que os objetos cabíveis à recepção foram dissolvidos pelos rearranjos decorrentes da intensificação dos processos mídiatizados; ao contrário, argumento que a alçada teórica e empírica do campo foi redimensionada pela expressividade desses mesmos fenômenos. Levanto, ainda, a hipótese de que os estudos dessa natureza possuem um conjunto favorável de balizas epistemológicas capazes de lançar enquadramentos e leituras pertinentes às questões comunicacionais da contemporaneidade, sobretudo no sentido de refletir sobre implicações sociopolíticas da progressiva mídiatização social.

2. Notas sobre o Conceito de Mídiatização

As teorias geradas em torno do fenômeno da mídiatização constituem entradas epistêmicas fundamentais ao pensamento comunicacional contemporâneo. Talvez por isso, o uso recorrente (e muitas vezes indistinto) do conceito produz formas de apropriação nem sempre orientadas por cartografias teóricas precisas. Assim como ocorre com o termo “mediação”, essa indeterminação gera o efeito de, por um lado, despotencializar a heurística do operador (o que complexifica a implementação de metodologias empíricas), e, por outro, fertilizar a produção de conhecimento em torno de seu uso (saberes menos miméticos em relação à sua inserção de referência).

Avaliando um panorama possível de autores que se dedicam à

² Pesquisa empreendida pelo grupo “Campo Comunicacional e suas Interfaces”, coordenada pela Profa. Dra. Maria Ângela Mattos, no contexto do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC Minas.

temática – tanto em âmbito nacional, quanto internacional (particularmente os autores referenciados em pesquisas brasileiras) –, percebe-se que, apesar de diferenças qualitativas entre as proposições teórico-conceituais, existe um entendimento geral voltado para a *dimensão estruturante* dos atuais processos de midiática. Dessa forma, um marcador comum a essas teorias seria a questão do alcance social da comunicação, aqui interpretada como um quadro referencial (quando não preferencial) de sentidos que se encontra além do midiático, ainda que dele não prescindia.

Trata-se, nos termos de Braga (2006), das condições ou lógicas que integram uma *processualidade social e mediática ampla*, ou ainda, no conjunto de transformações que, no entendimento de Muniz Sodré (2002; 2006) respondem por uma *forma de vida* ou por um *bios midiático*. Fausto Neto (2008, p. 94), por sua vez, trabalha a dimensão estruturante da midiática a partir da noção de *ambiência*, o que significa compreender que

os processos de referenciação da realidade, estruturados em torno da lógica da midiática, não se acantonam apenas nas fronteiras das próprias práticas midiáticas. Migram para outras práticas sociais, atravessando-as e afastando-as por operações significantes, cujo emprego é condição para que as mesmas passem a ser reconhecidas.

Autores estrangeiros também vêm articulando o conceito de midiática como processo estruturante das mais diferentes práticas socioculturais. Krotz (2007) destaca a noção da midiática como *metaprocessualidade*, isto é, processo ligado à cognoscibilidade possível a um dado tempo histórico³. Essa perspectiva sobre o fenômeno, bastante assentada na questão levantada por Heidegger (2002) – a técnica como modo de armação ou desocultamento do possível – nos permite entender que a midiática, para além de um fenômeno comunicacional em si, corrobora, de maneira decisiva, para fundar a epistemologia da contemporaneidade; isto é, torna-se elemento estruturante do real compartilhável pelas sociedades atuais, princípio gerador de experiências e diferentes tipos de conhecimentos.

Contudo, se o caráter estruturante da midiática é ponto de convergência entre os teóricos, em contrapartida, a leitura sobre a temporalidade dos fenômenos midiáticos se difere em algumas abordagens. Muniz Sodré (2002; 2006), por exemplo, produz um pensamento crítico sobre a midiática a partir de uma visada histórica, buscando assim compreender os fenômenos contemporâneos em perspectiva diacrônica. Essa orientação também pode ser encontrada no trabalho de autores como Thompson (1995) e Krotz (2007) – produções que, em geral, inserem as configurações da sociedade midiática a partir das rupturas e derivações que, tecno-simbolicamente, complexificam e transmutam as formas de interação social e mediática.

Outros autores, por sua vez, buscam angular a midiática como manifestação sincrônica de acontecimentos específicos, tendo em vista, notadamente, a recente guinada sociotécnica promovida pela intensificação dos fluxos de comunicativos (passagem marcada pelo advento das interações

³ Importante ressaltar que a metaprocessualidade não implica em uma relação de causas e efeitos universalizantes, o que justifica o estudo dos fenômenos midiáticos a partir de diferentes modalidades de experimentação (variantes entre os distintos campos sociais, instituições reguladoras, grupos de atuação, contextos culturais). Nessa direção, Krotz (2007) afirma que a midiática opera uma mediação espaço-temporal entre os fluxos globalizados e o âmbito micro-sociológico da ação (tanto local, quanto individual), atrelando-se, portanto, ao quadro situacional que modula sua ocorrência empírica.

online). É esta abordagem que justifica alguns recortes comunicacionais da questão, como a passagem assinalada por Fausto Neto (2008) entre uma “sociedade dos meios” e uma “sociedade em vias de midiatização”, ou ainda, a análise de Braga (2006) sobre a emergência de um sistema de resposta social capaz de reorientar o trabalho de semiose das estruturas midiáticas tradicionais (produção e recepção).

Também nesse sentido, Hjarvard (2012) sugere uma abordagem sincrônica sobre a midiatização, definindo-a como um processo típico da hipermodernidade através do qual, por um lado, a mídia emerge como uma instituição independente, com uma lógica própria, e, por outro, passa a integrar outros campos de ação, como a família, o trabalho, a religião. Para o autor, a experiência de uma “midiatização intensificada” atravessa quase todas as instituições, tendo em vista uma coprodução mutuamente regulada das “nossas reproduções mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas em uma variedade de contextos privados e semiprivados” (HJARVARD, 2012, p. 23-24).

A proposição de Hjarvard, além da marcação temporal, traz ainda outro ponto de desencontro entre as diferentes abordagens sobre a midiatização: o argumento da centralidade das lógicas midiatizadas como referência interacional, conforme também destacado por Braga (2007). Na verdade, a natureza dessas lógicas é, em meu entendimento, um ponto frequentemente opaco nas teorias da midiatização, que ora parecem entendê-las em suas origens midiáticas (a “midiatização da política” como a espetacularização da arena pública, por exemplo), ora como *ethos* sociotécnico (o sistema de resposta social e as novas condições de circulação como redirecionadores das estruturas de produção e recepção), e ainda, como lógicas congênicas ao modo capitalista de produção (a midiatização como processo complementar às dinâmicas de globalização).

Sobre tais lógicas, duas assertivas me parecem importantes de serem expostas. (1) A midiatização não prescinde da atividade da mídia institucionalmente estabelecida, ao contrário, a ela se filia por razões como a inclusividade e a penetrabilidade do midiático, o que lhe garante importância entre outras interações (BRAGA *apud* SILVA, 2012). (2) Por outro lado, ainda que uma das características da midiatização seja a autonomização do campo midiático, no sentido do reforço de sua própria institucionalidade perante o jogo social, a midiatização não se resume à ação dos meios, seja pela incidência da indústria cultural ou como decorrência direta da inovação tecnológica, ou do campo dos *media*. Não se trata, portanto, de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organizar a vida social (uma espécie prática de midiacentrismo), mas de constatar de que o funcionamento social embrenha-se, cada vez mais, em uma *cultura das mídias* (BRAGA, 2012).

Nesse sentido, tratar a midiatização em sua condição de cultura, ou ainda, de metaprocessualidade, implica justamente na consideração de um conjunto de práticas sociais e seus modos de interação, tanto no que se refere às relações intersubjetivas, quanto às conexões sujeito-sociedade e sociedade-mundo. A midiatização atua não só através dos meios – massivos ou digitais

–, mas a partir de uma diversidade de “fazeres” e “viveres”, presentes nas relações interpessoais, na burocracia, no usufruto do entretenimento e na prática religiosa, na transversalidade do mercado e nas estratégias sensíveis da publicidade; enfim, em todas as atividades, instituições e campos que, explícita ou implicitamente, socializam os mais diferentes indivíduos em um mundo cada vez mais marcado por experiências midiáticas.

Nos próximos itens, desenvolvo o argumento de que, há algum tempo, as pesquisas em recepção vêm promovendo análises nesse campo extramidiático. Dessa forma, a velha crítica sobre a perda do objeto comunicacional – no caso, diluído em diferentes práticas culturais – ganha outro contorno quando se considera que a midiática está também aí, naquele espaço que outrora estaria além ou aquém da esfera midiática. Reassumindo a incerteza constante que paira sobre o nosso objeto – único devir capaz de assentar o campo comunicacional em seu dinamismo intrínseco –, passamos, novamente, a enxergar a importância das pistas que iluminam as cartografias noturnas dos fenômenos comunicativos. Afinal, são nestes espaços onde a midiática pode emergir a partir de marcas menos explícitas, porém mais profundas, isto é, mais “meta” do que pragmaticamente processuais. Ou seja, credita-se à recepção a possibilidade de se aproximar das condições estruturantes que permitem não apenas a emergência de discursos, formas de organização social, produtos e processos midiáticos; mas também condições reveladas em marcas significantes que inscrevem os sujeitos e seus corpos na experiência amplamente midiática do espaço-tempo presente.

3. Amidiatização nos estudos de recepção: contribuições de Jesús Martín-Barbero

Os estudos culturais, desde sua origem europeia até a reverberação na escola latino-americana de estudos em Comunicação, patrocinaram um movimento importante no sentido de deslocar as análises então vigentes da dimensão diegética dos mais diferentes textos (midiáticos ou não) para sua ocorrência situacional, contextual. É com essa abordagem que a Comunicação retoma as perspectivas antropológicas como forma de conhecer seus fenômenos e dar a ver seus objetos, com destaque para o uso de metodologias já habitualizadas por este segundo campo, como o trabalho *in loco* e as técnicas de etnografia. Essa postura foi determinante para deslocar a atenção dos meios de comunicação (alicerce do objeto comunicacional àquela altura) em direção aos diferentes grupos sociais, no caso, em busca de uma recepção vista como produção de sentidos (pessoal ou coletiva) em permanente integração aos diferentes mundos da vida de uma dada estrutura social.

No campo da pesquisa em recepção, mais especificamente na obra de um de seus autores de referência, Jesús Martín-Barbero, a orientação epistemológica dos estudos culturais foi determinante para a construção de um pensamento crítico sobre as relações entre comunicação, cultura e poder

na América Latina. A emergência do contexto colocado em perspectiva dialética frente à produção midiática fundamenta o axioma que sintetiza a trajetória intelectual de Barbero nos anos 80 – “dos meios às mediações” –; expressão síntese de um movimento que, para além de propor uma nova angulação para velhos fenômenos, trouxe nova espessura sensível/política ao objeto comunicacional.

Sem desconsiderar a importância das inquietações e proposições de uma série de teóricos latino-americanos (Guillermo Orozco Gómez, Néstor García Canclini, Valério Fuenzalida, Jorge González, Renato Ortiz, entre outros), articulo, nos parágrafos seguintes, as teorias de Martín-Barbero às perspectivas acionadas pelos estudos de midiatização. O fechamento na obra deste último teórico deve-se ao protagonismo assumido por seus escritos na produção acadêmica brasileira (e não somente na área da recepção). Para ilustrar a influência de Martín-Barbero no campo da Comunicação no país – e ainda, sua sintonia com a perspectiva da midiatização – coloco que, no levantamento bibliográfico realizado pela metapesquisa que inspira este trabalho, o teórico foi o autor mais citado pelos artigos que trabalharam a temática das interações midiatizadas.

Primeiramente, importante retomar que o próprio Braga (2006) lembra que a perspectiva culturalista das mediações – primeira fase do pensamento barberiano, ancorada na crítica ao funcionalismo midiocêntrico – “é relevante não apenas porque põe em cena o receptor integrado em seus ambientes, mas também porque começa a fazer perceber processos midiatizados” (BRAGA, 2012, p. 33). Conforme colocado de forma extensiva no livro da Compós de 2012 (MATTOS, JANOTI JUNIOR; JACKS, 2012), os conceitos de “mediação” – pilar do edifício teórico barberiano – e de “midiatização” apresentam mais convergências do que distanciamentos, “diferentemente do modo como eles vêm sendo academicamente operados (...), quase sempre em contraposição ou radicalmente separados” (SILVA, 2012, p. 107). Essa aproximação pode ser atribuída ao próprio deslocamento cartográfico efetuado por Martín-Barbero – ajuste de foco em prol do reconhecimento da centralidade do comunicativo sobre a vida social contemporânea, em suas sucessivas mutações culturais: nas palavras do teórico, uma mudança que não significa o deslocamento “das mediações aos meios, mas perceber que a comunicação se adensa diante da nova tecnicidade”, a partir da “institucionalização” da tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 153). É nesse novo contexto que Barbero defende a ideia de “mediação dos meios”, proposta segundo a qual se faz “preciso assumir *não a prioridade dos meios*, mas sim que o *comunicativo* está se transformando em protagonista de uma maneira muito forte” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 156).

Nessa direção, parece-me plausível afirmar que entre as cartografias de Martín-Barbero e os estudos brasileiros sobre a midiatização existe um ponto de contato no que se refere à *dimensão estruturante* dos atuais processos sociocomunicativos. Também inspirado no pensamento heideggeriano, Martín-Barbero oferece elementos que corroboram a perspectiva metaprocessual dos fenômenos de midiatização social, tendo em

vista sua colocação sobre a mediação estrutural da tecnicidade e as mudanças promovidas por ela sobre o estatuto cognitivo/industrial das *condições de saber* e das *figuras da razão* (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004; MARTÍN-BARBERO, 2014). É no contexto dos paradoxais fluxos da globalização que o autor vê emergir um novo *sensorium*, um entorno técnico-comunicativo caracterizado por outras linguagens, escrituras e gramáticas. Um processo revelador de um lugar epistemológico ocupado pela cultura das imagens em meio à sociedade, momento a partir do qual a tecnicidade perde o tratamento meramente instrumental para “espessar-se, densificar-se, e se converter em estrutural, pois a *tecnologia* remete hoje não a novas máquinas ou aparelhos, mas a novos modos de percepção e de *linguagem*, a novas sensibilidades e escritas” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 35).

Necessário, então, destacar que a midiáticação deslocou e/ou minou as cartografias que, há pouco, orientavam a vida coletiva e os processos identitários correlatos, transformando, assim, as matrizes constitutivas do corpo social. Os modos de partilha subsumidos aos sujeitos e às instituições compõem agora um impreciso redesenho macroestrutural das *mediações comunicativas da cultura* (segunda fase do pensamento de Barbero), o que faz do atual estágio da midiáticação, um processo “em vias de” (FAUSTO NETO, 2008), marcado por lacunas e incompletudes (BRAGA, 2007). Esse inacabamento dos processos e das práticas midiáticas revela a opacidade, a incerteza e a experimentação que configuram as sociedades contemporâneas, transitoriedade que intensifica as formas de aprendizado social mediadas pela necessidade, sempre pungente, de se acompanhar o motor cada vez mais acelerado da história.

Além disso, importante destacar as relações entre as proposições de Martín-Barbero e a leitura crítica empreendida por Muniz Sodré sobre a midiáticação das sociedades capitalistas, mais especificamente no que se refere ao protagonismo assumido pelo mercado como vetor fundamental das agendas sociais. Para Barbero (2004), a *hegemonia comunicacional do mercado* na sociedade tende a deslegitimar qualquer questionamento acerca de uma ordem à qual, supostamente, apenas as lógicas mercantis e as tecnologias permitiriam dar forma. Barbero chama a atenção para o fato de que a mídia hoje desempenha papel inverso àquele que os meios de comunicação de massa promoveram no contexto da expansão e do fortalecimento dos Estados Nações; atualmente, esses meios articulam identidades fragmentadas, promovendo um paradoxal movimento de internacionalização da cultura e de revitalização dos laços locais. Para Muniz Sodré (2006a, p. 28), por sua vez, a midiáticação da sociedade produz um *ethos* vicário, “atravessado por injunções na ordem de “ter de” e “dever” suscetível de configurar uma circularidade de natureza moral, fundamentada pela tecnologia e pelo mercado”. Essa perspectiva, nuclear para o pensamento de Sodré – a ponto de alguns comentadores (LEAL *et al*, 2010) aproximarem seu pensamento ao edifício teórico debordiano – encontra, em ambos autores, pontos de calibragem, sobretudo na questão das brechas midiáticas e das novas narrativas sociais (em Barbero) e no reconhecimento das matrizes sensíveis do *vínculo comunitário* (em Sodré).

Por fim, coloco a potência das cartografias de Martín-Barbero no sentido de articular, a um só tempo, a dimensão diacrônica e sincrônica dos fenômenos comunicacionais. No que se refere ao primeiro eixo temporal, nota-se como a relação entre formatos industriais e matrizes culturais é utilizada para conferir profundidade histórico-política ao pensamento de Barbero, particularmente no que se refere aos processos de mídiatização do continente latino-americano. Por outro lado, Barbero trabalha as condições atuais de circulação midiática a partir de um esquema sincrônico entre as lógicas de produção e as competências recepcionais. Nesse âmbito, conforme já colocado, o autor se dedica a entender como a mídiatização social vem reconfigurando o espaço público a partir da mediação da tecnicidade/visibilidade, promovendo novos mecanismos de regulação social e outros quadros de identificação; e ainda, novas relações entre o local, o nacional e global.

Acredito, assim, que o complexo teórico de Martín-Barbero possa oferecer pistas interessantes e apontar caminhos importantes às pesquisas sobre a mídiatização social, particularmente no sentido de resgatar ou descortinar as possibilidades de leitura oriundas da conjugação de um olhar diacrônico problematizador e uma abordagem metodologicamente capaz de reconhecer o contemporâneo em seus múltiplos devires.

4. A potência do campo da recepção

Em vista do exposto, tematizo o risco das abordagens que entendem a mídiatização por uma perspectiva temporal de alcance recente, tendo em vista a inevitável proximidade entre as práticas mídiatizadas e as possibilidades interativas promovidas pelas tecnologias da comunicação. Nessa direção, importante pontuar que, apesar da contiguidade entre a cultura contemporânea de redes e tais processos – relacionados, particularmente, por aquilo que, em termos de circulação, vem realterando o trabalho social de produção dos sentidos (FAUSTO NETO, 2008) –, torna-se necessário, para o entendimento metaprocessual do fenômeno, não encerrá-lo nas prerrogativas técnicas dos dispositivos e tampouco em práticas segmentadas de uso; depende-se, antes, da reflexão sobre a expressividade sociocultural desse “metadispositivo”, já que “a mídiatização se põe hoje como principal mediação de todos os processos sociais” (BRAGA, 2012, p. 52).

Por outro lado, a pertinência das pesquisas sobre o campo digital, ou ainda, a vitalidade dos objetos que parecem encarnar o espírito desse novíssimo tempo – interações em rede, geração de conteúdo por usuários (GCU), iniciativas de *broadcasting*, programação televisiva *on demand*, entre outros – gera um quadro favorável à abordagem sincrônica dos fenômenos, o que, não raro, conduz à desancoragem histórica desses mesmos objetos. Dessa desancoragem é que surgem, não raramente, visões quase homeostáticas dos processos contemporâneos de comunicação, isto é, toda a mitologia da ubiquidade das dinâmicas digitais e uma suposta crença no poder emancipatório da interatividade.

É desse contexto que aponto a importância de se olhar o comunicacional a partir do núcleo “sujeito” – esforço distintivo do campo da recepção no bojo dos estudos comunicacionais. Em geral, quando se trata de midiaticização, discorre-se sobre a midiaticização das instituições ou dos campos sociais, sobre suas lógicas de funcionamento, ou ainda, acerca de possíveis relações de causa-efeito; com mais raridade, tematiza-se as subjetividades que usufruem, sofrem e alimentam essas mesmas dinâmicas.

No entanto, para que o campo da recepção possa se alinhar aos estudos de midiaticização – não só nos sentidos das aproximações teóricas, mas ainda, por protocolos metodológicos que utilizem da recepção como campo de produção de conhecimento – faz-se necessário a superação das críticas nominalistas que entendem a recepção apenas em sua relação bilateral frente às estruturas de produção midiática e, assim, tomam a parte (as práticas de recepção) como equivalente ao todo (campo do conhecimento marcado pela especificidade de um repertório teórico e um conjunto de metodologias preferenciais). Discordo, assim, de perspectivas que, na tentativa de deslocar a recepção, insistem em compreender as vicissitudes desse campo a partir da alteridade “exclusiva” dos meios instituídos; e ainda, que a partir de tal redução, postulam o limite desses estudos em alcançarem as complexidades trazidas pelo mundo contemporâneo.

Martino (2014), em artigo apresentado ao GT de Epistemologia da Compós, sugere a necessidade de realocar a recepção a partir de três insuficiências, todas assentadas sobre o campo midiático. São elas: a adequação do conceito de recepção a qualquer tipo de meio de comunicação, ignorando diferenças entre meios de massa e meios digitais interativos; a definição instrumental dos meios de comunicação; a recepção como uma instituição social (agendada midiaticamente). Sem discordar que as pesquisas do gênero incorrem, com inequívoca frequência, nos lugares criticados, trabalho com a ideia de que campo da recepção deve se voltar para a natureza histórica de suas preocupações, o que, conforme já colocado, foi marcada justamente pela extrapolação dos quadros midiáticos. Assim, considerando a transversalidade da mídia nas sociedades midiaticizadas, o lugar dessas pesquisas não seria, necessariamente, os modos de relação frente aos diferentes meios, mas antes, as dinâmicas implicadas aos sujeitos e suas experiências de vida no interior de sociedades atravessadas por um elevado grau de midiaticização.

Mediante tal proposta, a recepção reafirma sua relação de tensionamento das interfaces comunicacionais e, em consonância ao conceito de midiaticização, aposta na reedição de velhas – e insuperáveis – questões do campo da Comunicação, como, por exemplo, a relação entre a especificidade e a indeterminação de seu objeto científico. Voltamos ao tratamento da dimensão extramidiática dos fenômenos, agora assumindo não a crítica ao midiacentrismo, mas outra forma de centralidade do comunicativo. Sem deixar de ser um aspecto importante – imprescindível, inclusive – o midiático estabelece uma complexa relação de forças frente ao político, ao cultural e até mesmo ao mercadológico, cabendo aos pesquisadores do

campo buscar novas artimanhas para dar conta dos seus múltiplos (e por vezes sutis) modos de presença. Afinal, a midiaticização traz o comunicativo para o centro da atividade social contemporânea, porém o faz de forma difusa e metaprocessual, sendo, portanto, uma dinâmica que rompe com a segurança epistemológica gerada em torno da institucionalidade midiática.

Creio, assim, que as mudanças acarretadas pela midiaticização não significam a bancarrota de uma atividade de pesquisa pulsante (politizada e humanizada – características raras ao conhecimento que produzimos hoje); ao contrário, essas transformações podem ser entendidas como a energia necessária para que a recepção siga as orientações de Barbero e reencontre, mediante a perda do objeto, o caminho dificilmente demarcável da Comunicação. Sim, a recepção ainda alcança, sobretudo quando ela se recorda que seus objetos, antes de tudo, atendem pela condição de sujeitos.

Referências

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

BRAGA, José Luiz. Midiaticização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S.; ARAUJO, D. C.; BRUNO, F. (Orgs.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática: livro da XV Compós*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

BRAGA, José Luiz. Circuitos *versus* campos sociais. In: MATTOS, M. A.; JANOTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Orgs.). *Mediação e Midiaticização: livro da XX Compós*. Salvador: EDUFBA, 2012, p.31-52.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da midiaticização. *Matrizes*, São Paulo, v.1, n.2, p.89-105, 2008.

KROTZ, Friedrich. The meta-process of mediaticization as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, vol.3, n.3, p.256-260, 2007.

HJARVARD, Stig. Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*. 2012, Vol. 5, pp. 53-92.

HEIDEGGER, Martin. *Ensaio e conferências*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

_____. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola, 2004.

_____; REY, G. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. 2ª.ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

_____. Uma aventura epistemológica. Entrevistara: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Matrizes*, São Paulo, v.2, n.2, p.143-162, 2009.

_____. *A comunicação na educação*. São Paulo: Contexto, 2014.

MARTINO, Luiz Cláudio. *Recolocar a recepção: uma análise a partir dos meios de comunicação*. GT “EPISTEMOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO”. *Anais... XXIII Compós*. Brasília, 2015.

MATTOS, M. Â.; JANOTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Orgs.). *Mediação e Mdiatização: livro da XX Compós*. Salvador: EDUFBA, 2012.

LEAL, B.; MENDONÇA, C. C.; GUIMARÃES, C. Experiência Estética e Comunicação: a partilha de um programa de pesquisa. In: *Entre o comunicacional e o sensível*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

SILVA, Gislene. Pode o conceito reformulado de *bios midiático* conciliar mediações e midiatização? In: MATTOS, M. Â.. JANOTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Orgs.). *Mediação e Mdiatização: livro da XX Compós*. Salvador: EDUFBA, 2012.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Denis de. (Org.). *Sociedade Mdiatizada*. Rio de Janeiro: Maud, 2006a.

THOMPSON, John B. *Mídia e modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2008.