As metamorfoses da circulação: dos fluxos às questões de reconhecimento

Jairo Ferreira[[1]](#footnote-1)

1. Introdução: o fluxo entre *oikos*, *ecclesia* e *ágora*

Nesta primeira parte, caracterizamos o que é, em nossa perspectiva o espaço privado (*oikos*) e o espaço público (*ágora*). Argumentamos que esta bipartição não é completa. Há o espaço das instituições(a *ecclesia*, como diz Bratosin,2014ª, 2014b), que compõe o que foi caracterizado como campos sociais (Bourdieu). Os processos de comunicação em cada um desses três espaços têm suas especificidades. Este é um objeto do campo da comunicação, mas a midiatização tem como foco os fluxos entre os três espaços, considerando-se usos, práticas e apropriações dos meios, na luta pelo reconhecimento exotérico (ou seja, reconhecimento que se realiza no que está no ambiente exógeno ao espaço específico).

Nos processos midiáticos, as interações entre três espaços se realizam em circuitos-ambientes, onde meios diversos são ‘habitados’ por agentes, institucionais ou não, midiáticos ou não. Os circuitos ambientes não são homogêneos. Mas, em seus âmbitos, pode-se observar a tensão entre três lógicas dos processos midiáticos: os processos disruptivos, as regulações e novas formas de inteligibilidades. As semioses são diversas conforme o espaço em que se desenvolvem as operações e suas realizações.

As semioses que emergem do espaço privado (*oikos*) são disruptivas, fragmentadas. Este processo pode ser histórico. São alimentadas pelas emoções e energias, muitas vezes antes reprimidas ou recalcadas. Porém, hoje, oferecem possibilidades de novas inteligibilidades (a extimidade, a construção social do self, o ativismo sócio-político e os amadores), que atualizam formatos anteriores de interação dos agentes sociais com as instituições. Dessas atualizações, derivam, muitas vezes, novas relações sócio-institucionais, com seus públicos internos e externos. Quando em coletivos, o conceito de auto-organização é mais pertinente à compreensão de uma semiose que se faz por livre associação. Porém, dos espaços privados emergem também processos de uma semiose disruptiva ou/e subordinação aos processos regulatórios acionados pelas instituições.

As instituições (midiáticas e midiatizadas) acionam, por excelência, os processos de produção marcados estrategicamente, na busca da regulação.Esse processo não é linear, como sempre acentuaram os estudos de recepção, em especial quando no espaço da ágora existe, enquanto primeiro momento da recepção, a possibilidade de reconstrução de inteligibilidades pelos interagentes. Isso sempre que ocorre um processo social de resposta (Braga, 2006) às ofertas das instituições, sejam as midiáticas ou as midiatizadas, em que se observa um retorno a problemática das semioses que emergem do espaço da *oikos*, pelos usos dos meios, pelas operações e realizações em busca do reconhecimento. Porém, muitas vezes, esse lugar de recepção produtiva é regulado, de forma que determinados circuitos capturam a participação e gratuidade para a produção de sentido que fortalece as instituições(o autofortalecimento do sistema, como caracteriza Luhamnn, 2005). Ou, como já foi dito, observa-se processos fortemente disruptivos (o sintoma é especialmente, o não reconhecimento nas locuções entre os interagentes), em que as sobras de sentido se manifestam endógena ou exogenamente aos processos midiáticos, gerando emoções e energias, indeterminação e incerteza.

Sinteticamente, ao falarmos em *óikos*, *ecclesia* e *ágora* estamos acentuando, sucessivamente, a dimensão emocional-energética, institucionalizante e mercantil na topologia social dos fluxos. Ao falarmos de instituições midiáticas e midiatizadas, estamos acentuando o aspecto institucional de apropriação dos meios, seja o especificamente midiático (que dá forma as organizações cujos fins são midiáticos) ou midiatizada (que dá forma a organizações cujos fins são midiáticos).Ligando as duas tópicas, pode se afirmar que as *ecclesiae*são instituições (midiáticas ou midiatizadas) que concorrem no espaço das *agoraes*, visando mobilizar emoções e energias sempre acumuladas nas *oikoi*. São estas energias e emoções que movimentam as máquinas midiáticas, como veremos a seguir.

Esse fluxo geral é sócio-antropológico. A diferenciação histórica o produz. Assim, a diferenciação clássica entre a *oikos* e a *pólis*, e também a diferenciação desta entre a *ecclesia* e a *ágora*. Podemos situar aí os antecedentes históricos da midiatização. Não por acaso, na antiguidade, a espécie toma consciência da diferenciação, em especial com a retórica de Aristóteles, quando este diferencia formas, estratégias e recepção, vinculadas a classes sociais e institucionais em formação e diferenciação. Aí, a retórica é o meio, mediador das relações entre os espaços sociais historicamente diferenciados.

Portanto, este fluxo entre *oikos*, *ágora* e *ecclesia* não é suficiente para caracterizar a circulação em processos midiáticos. Ele caracteriza um processo macro-social, em que instituições, midiáticas e midiatizadas, e interagentes em interlocução, com reconhecimentos mútuos ou não, correspondente ao que Verón (1997) diagramou como fluxos entre instituições, atores e meios. Já falamos das instituições (*ecclesiae*); dos atores, conceituados como interagentes[[2]](#footnote-2), também, situando-os nas *oikos*; falta situarmos os meios, mediadores dos fluxos. Numa outra perspectiva, desenhamos os fluxos sócio-antropológicos que embasam os processos de midiatização. Avançamos agora em direção aos meios, para, depois, finalizar a problemática comunicacional.

2. Dos meios aos circuitos

A ideologia, no campo da comunicação, hipervalorizou os meios técnicos e tecnológicos. Naturalização compatível com as fontes políticas, culturais e econômicas que financiaram a pesquisa em comunicação nos Estados Unidos, incluindo a formação dos seus primeiros programas de doutorado. Essa ideologia contaminou o campo da comunicação. Os estudos dos efeitos dos meios e o modelo correspondente (emissor-meio-mensagem), nesse sentido, são pertinentes com os jogos estratégicos. Mesmo a cibernética,que também funda-se na perspectiva da regulação. Enfim, um campo de saber acoplado *ao* e acionado *pelo* espaço da *ecclesia*. A escola interacionista, vinculada a pedagogias ascendentes, foi derrotada neste mesmo momento histórico (Proulx, 2016).

Não é esta a nossa proposta quando falamos de meios. Sem excluir a técnica e a tecnologia, propomos que os meios incluem também os signos, discursos, linguagens e símbolos sociais (Ferreira, 201x). Os meios estão histórica e socialmente apropriados pelas instituições, se constituindo inclusive em instituições. Trata-se, portanto, de um processo demarcado. Essa apropriação é central nas teorias da comunicação. A divisão – também ideológica –entre produtores e receptores é apenas um desdobramento dessas condições históricas e sociais, e demarca outro direcionamento epistemológico.

2.1. De que meios falamos?

Os meios semio-técnicos-sociais nem sempre são midiáticos. Serão midiáticos quando preencher outras condições:

1. Quando é mediação entre três espaços – a *oikos* (espaço privado) e a *pólis* (sendo essa distribuída entre a *ágora* – espaço-mercado-de-tudo – e a *ecclesia* – espaço-mercado específico, distribuído entre simbólicas exotéricas e esotéricas).
2. Não se restringir ao espaço privado (*oikos*) ou institucional (*ecclesia*), e, nesse sentido, o telefone não é meio midiático, embora seja meio de comunicação. Um celular será meio midiático quando usado para acionar mensagens públicas no Facebook ou em outro aplicativo, etc.
3. A *ágora* é espaço de conversação entre todos.
4. A *ecclesia* é o lugar-espaço diferenciado, instituinte na constituição de públicos. A *ecclesia* atua nos espaços-*ágora*, visando inclusive a necessária participação dos interagentes imersos em *oikos*.
5. Os meios midiáticos são mediadores também do tempo e do espaço, de forma diferida.

Feita essa definição de meios midiáticos, queremos destacar o seu lugar de meio-objeto-simbólico. O meio midiático é um objeto, mas as interações sociais devem produzi-lo imediatamente como meio para que ocupe o lugar possível nos processos midiáticos.

Essa transformação é central. Não se trata, como diz o senso comum, de transformá-lo em instrumento para realização de um fim. Essa formulação é desdobramento da ideologia dos meios. Pedagogicamente, para diferenciar objeto e meio, sugiro pensar na fumaça. É, em si, um objeto. Se transforma em meio quando é indício de fogo. Nesse sentido, é meio de comunicação. Quando utilizada como código (através de tufos de fumaças, mais ou menos sistemáticos), o objeto se transforma em símbolos.

Nesse sentido, a função instrumental dos meios sócio-semio-técnicos esta subsumida em outra: a de ser meio-ícone mediador das interações sociais. Sem esse lugar primeiro, o meio-objeto midiático não se articula como objeto simbólico que o aciona, de interações mediadas entre a *ecclésia*, *óikos* e a *pólis*. Se não se consolidar, não há práticas suficientes para o transformar em meio-dispositivo midiático, e não teríamos, assim, as *ecclesiae* e seus públicos. Essa incorporação dos meios às práticas sociais requisita essa transformação dos objetos técnicos em símbolos (codificações sociais) das interações sociais.

Nesse sentido, o meio é agenciado pelo meio simbólico, à jusante e à montante (pode ser não só amor, mas também o ódio; não só reconhecimento, mas também o desprezo, etc). É esse meio que ativa um conjunto de metáforas em jogo nas relações, que, aí sim, pode se falar em meio técnico e tecnológico.

Condensando força icônica e simbólica mediadora das interações, os meios-objetos são disputados socialmente. É luta incessante pelo acesso, os usos, as práticas e apropriações. Esse acesso não é liso. É parte de uma conflitualidade social. Esse percurso foi consolidado por nós em artigo de livro organizado com Serge Proulx (2016). Este pesquisador nos oferece no mínimo quatro categorias conceituais para pensar a luta social pelos meios, quando inserida em processos sociais: a) o acesso; b) os usos e utilizações da técnica e das tecnologias, que articula com a reflexão sobre objetos comunicacionais; c) as práticas; d) as apropriações (essa categoria aparece tanto na discussão da recepção como sobre os meios técnicos). Essas quatro categorias conceituais estão relacionadas a linhagens de pesquisa diferenciadas. O acesso, os usos, utilizações, práticas e apropriações se referem ao objeto técnico (ou material). As apropriações se referem à linguagem. Em nossa formulação, sugerimos articular os dois processos.

Sobre os usos, lembramos aqui de um museu antropológico em Genebra. Uma foto em que “índios” de uma tribo utilizam o pente como adorno, de um lado, e um pequeno espelho, pendurado aos cabelos, do outro. Não é a técnica e a tecnologia que definem o uso, portanto. Há um lugar de representação icônico-simbólica, que antecipa seu uso (funcional) técnico e tecnológico, os quais compõem, com seu lugar de objeto-signo, as materialidades dos meios.

As questões levantadas sobre o acesso, o uso, a utilização, a prática e as apropriações devem se referir, portanto, a cada um dos meios designados (o signo; a tecnologia e a técnica; o sociossimbólico), mas também aos seus desdobramentos matriciais, em que um agencia o outro, de forma acoplada ou em deslizamentos de suas camadas sobrepostas, que produzem sentidos inesperados. Há acoplamento quando é possível traduzir lógicas (exemplo: entre o algoritmo e a imagem). Mas não há acoplamento entre a música e a imagem.

Esses dois registros são intraduzíveis. Demandam, por isso, a musicalidade, o ritmo, a harmonia e a melodia, para serem justapostos e, quem sabe, deslizarem um sobre outro, em novas sinfonias. Uma boa experiência para compreender o que deslizamos é escutar um filme, com trilha sonora densa, com narrativa desconhecida. O pesquisador deve anotar o que imagina ser a narrativa. Feito isso, retornar a ver e conferir a correlação entre a narrativa verbal-imagética com a aquela que compôs com os sons. Há, é claro, uma memória sobre o meio filme, que lhe permite encontrar muitas coincidências, pois a ela se reporta quando faz a sua narrativa às cegas. Mas, certamente, encontrará muitos pontos de desajustes. São sintomas dos deslizamentos.

Já os acoplamentos são observados especialmente nos meios digitais. Todos os outros meios podem ser traduzidos em algoritmos digitais. Nesse sentido, pode se falar em meios unidimensionais: a tecnologia e a técnica; o dinheiro. O poder descendente também se quer unidimensional. Mas a semiose assimila isso tudo à sua lógica, com uma força e potência infinita, relativizando todas as unidimensionalidades pretendidas e propostas. Nesse nível, a midiatização agenciada por meios que se transformam em dispositivos, se situa como uma semiose aberta, em que os meios não são intercambiáveis.

Para que a transformação dos meios em dispositivos – é necessário ir além dos usos. Os usos são zonas de experimentação social. Sempre que um novo meio é oferecido no cenário social, várias questões se interpõem em termos de parêmias e aforismos. Que palavras posso usar no Facebook? Imagens? Posso me mostrar como? Posso “falar de sexo” publicamente ou só inbox? Fazer fofoca? Injúrias? Ao mesmo tempo, o usuário se pergunta: Como estou sento regulado? Como o Facebook está me direcionando? Os algoritmos? Os formulários me condicionam? Os meios de comunicação simbólicos se transformam conforme os meios? Um pai se pergunta: Como a experimentação da rede está em intersecção com meu lugar de pai? Como a perversão – a versão do pai, conforme Lacan – é colocada em xeque? Essas questões vinculadas à experimentação não estão dissociadas de parêmias e máximas sobre o ambiente: Como isso tudo tem relação, por exemplo, com o Brasil? Como as sociedades específicas usam os meios, os experimentam (a Igreja, o Exército, a Escola, etc.)? Claro, além disso: como interagentes difusos experimentam os meios?

Já as práticas são usos estabilizados socialmente. Algumas práticas são hipercodificadas em algumas sociedades (andar vestido, por exemplo). Outras, codificadas de forma concorrente (que tipo de roupa usar). Outras, sem codificações, o que nos permite falar em usos, experimentação, codificações tentativas, como fala Braga (2010). Nesta perspectiva, afirmamos que as práticas se constituem em estabilização dos usos em termos normativos, deontológicos e funcionais. Quando isso ocorre, o processo está socialmente codificado. A esfera da prática é resultante de usos reconhecidos socialmente. Mas as práticas também são relações de poder econômico, político e cultural, mesmo que a estabilização esteja em constante transformação na esfera da oferta, do consumo e nos usos. Nas redes, o uso não se estabiliza como ocorreu com o livro, a imprensa, o rádio e a televisão, pois várias camadas de novos meios se sobrepõem, constantemente (novos softwares; novos hardwares). Ao mesmo tempo, as redes dependem de várias práticas estabilizadas (a escritura, a leitura, o uso de redes, a fotografia, etc.).

Se há prática, pergunta-se a partir das questões clássicas da socioantropologia de Bourdieu (Ortiz, 1982) e Lahire (2002), sem, entretanto, ser necessário reter sua teoria infraestrutural das práticas, ou seja, de que a ação é infraestrutura da linguagem (uma mistura de filosofia da ação, estruturalismo linguístico e estruturalismo antropológico). Isso nos remete à analítica que busca identificar o *habitus*. O *habitus* midiático começaria, então, pela identificação do *habitus*semio-linguageiro-discursivo; mas investigá-lo também pede a identificação do *habitus* técnico e tecnológico, com sua arqueologia; e os *habitus* simbólicos, singulares, que regulariam esses espaços de práticas. Por isso, o estudo das práticas requer a competência do arqueólogo, para saber analisar o que é uso do que é prática (*habitus*).

O terceiro nível é o das apropriações. Não é apenas apropriação dos meios tecnológicos e das técnicas, mas também de linguagens e dos objetos sociossimbólicos (religião, política, amor, etc.). Apropriação é sempre desapropriação do trabalho social de produção de sentido, consolidado em práticas. Nessa perspectiva, é desapropriação do comum, realizada conforme lógicas dos mercados econômicos, políticos e culturais. Só há dispositivos quando há apropriações. Entendemos que neste espaço há um jogo de hegemonias e concessão - dos discursos-retóricos às narrativas; da argumentação à interlocução de reconhecimento –, em que há uma apropriação dos processos sócio-semio-culturais ascendentes, percebidos como centrais à própria existência da apropriação dos meios.

As apropriações colocam o impasse às perspectivas interacionistas ‘puras’. Ao contrário do que supõe uma visão interacionista ingênua, o contato inaugurado pelos usos, práticas e apropriações dos meios não é entre iguais. Primeiro, porque não se trata apenas de indivíduos conectados, como é proposto por vários autores. Não há, aqui, exatamente, indivíduos. O termo ator, muito utilizado nas pesquisas sobre midiatização, também tem seus débitos – os mesmos do interacionismo que o alcunhou. Se há, em relação aos meios semio-técnico-discursivos, usos que nos permitem utilizar este conceito, há camadas de práticas, a serem investigadas na pesquisa empírica, sobrepostas geologicamente, o que nos demanda falar de estruturas estruturadas que são estruturantes. Perante essas camadas, o ator não responde apenas ao contexto imediato, mas está assujeitado ao contexto mediato, histórico e social, em que está inserido. Por outro lado, esse indivíduo-ator está interagindo com meios que são apropriados por organizações e instituições, o que reduz mais ainda seu espaço de liberdade. Ao mesmo tempo, como os meios estão permanentemente sendo investidos de novas camadas, em relação às quais não há contratos, códigos e práticas definidas, emerge um processo de usos, práticas tentativas e apropriações incertas.

Analogicamente, para entender a transformação das correlações entre prática e usos, pode-se imaginar uma situação assim: quando usando a fumaça, as tribos se enfrentam com uma situação em que tonalidades de fumaça, densidades, movimentos perante o ar destoam, permanentemente, das fumaças conhecidas. Esse é o processo disruptivo. Os interagentes se esforçam para codificar isso. Mas surgem outras, assim sucessivamente, causando um estrago na simbólicas constituídas enquanto processo de comunicação nos fluxos entre a *ecclésia*, *agora* e *óikos*, favorecendo a proliferação de imaginários, muitas vezes fantasmagóricos, que retroalimentam processos de incerteza e indeterminação (e, na esfera da *oikos*, o medo).

Nesta perspectiva, se coloca a contradição clássica entre a lógica da comunidade – espaço da participação, da gratuidade, da generosidade, do dom, na forma de presente, de hospitalidade, de prestar serviços – que é contrapoder, resistência, carência de valores, normas e crenças de pertencimento, eas lógicas mercantis onde vigora a rentabilidade econômica, cultural ou política.Essa contradição está, porém, subsumida a outra – transversal: a constituição de valores sociais da comunidade e/ou de valores econômicos dos capitais (culturais, políticos e econômicos) está solapada pela suspensão das práticas, pelo questionamento social dos *habitus* midiático, pela exarcebação das práticas, produzindo conjuntura de crise simbólica em geral.

Essa complexa matriz de apropriações, desapropriações e resistência tem ainda o Estado, lugar que deveria condensar os símbolos em jogo, a definir-se seu lugar de regulação política entre comunidade e mercado. Mas isso fica em crise, pois suas fontes (as comunidades constituídas no espaço da *óikos* e as instituições vinculadas a *ecclésia*) estão em metamorfose continua.

2.2. A construção dos circuitos ambientes

Os circuitos e ambientes constituídos a partir das interações entre os agentes e instituições, conforme lógicas de usos, práticas e apropriações, só existem *ad hoc*, e, nesse sentido, de forma imprevisível. São configurados pelas interações, mesmo que essas estejam atravessadas pelo campo de forças designado pelas práticas e apropriações tentativas. Podemos, nesse sentido, especular que os circuitos ambientes constituídos são instáveis, indeterminados, incertos, permeáveis à disrupção, mas também à regulação e a novas inteligibilidades. Esta tem sido nossa perspectiva de pesquisa, remetendo ao conceito de ambiente e ambiência. Se o ambiente se refere ao processo sócio-semio-técnico em que os objetos são visíveis, a ambiência remete aos fluxos emocionais e energéticos que se situam além dos percursos observáveis e seus rastros.

Definimos o circuito-ambiente com o conjunto de meios-objetos acionados nas interações entre instituições midiáticas, midiatizadas e atores em torno de um dilema, impasse, agonísticas, conflitos degenerados ou regeneradores, na constituição de *agorae*simbólicas sociais ou desconstrução das simbólicas constituídas. Nos circuitos ambientes construídos socialmente, há transformações dos discursos, códigos e linguagens. Neles, os usos são predominantes.

Enfim, os circuitos ambientes não são apropriáveis, e as práticas são mais instabilizadas. Neles, as apropriações e práticas são questionadas, em decorrência de que novos indivíduos, instituições midiáticas e midiatizadas estão em interação, em encontros nunca antes existentes, formando *agorae* imprevisíveis e desconhecidas, abrindo-se um espaço, de incerteza e indeterminação, decorrente de processos disruptivos derivados da acelerada diferenciação semiótica. Muitas babéis são constituídas, situando processos energéticos e emocionais muitas vezes impassíveis às tentativas de constituição de *ecclesia* por instituições midiáticas, midiatizadas e interagentes.

Nesse sentido, as *agorae* são espaços complexos, multifacetados, reunindo lógicas de instituições econômicas, culturais e políticas, somadas instituições específicas, e agentes especialistas de mercado e sem mercado – os quais, entretanto, são centrais na construção desses espaços-mercados-de-tudo.

Nesses espaços-mercados-de-tudo, especialmente instituições midiatizadas tem estratégias de configuração de circuitos-ambientes específicos, com aparelhos circulatórios que remetem ao fluxo que emerge das *oikai* e *agorae*, constituindo, muitas vezes com sucesso, outras com absoluto insucesso, suas *ecclesiae* – com seus públicos, seus especialistas, suas regras editoriais, produzindo novas formações discursivas, adaptadas aos meios-objetos em redes. Já as instituições midiáticas têm sido observadas em seus esforços adaptativos, ainda não estabilizados (falamos aqui da televisão, do jornalismo e do rádio), a esses novos espaços-mercados-de tudo, que chamamos de *ágora*.

3. Três operações centrais de circulação

A questão é: qual é a lógica social que movimenta os meios-objetos na constituição dos mercados específicos (agenciados pelas *ecclesiae*) e genéricos (espaços-de-tudo)? As proposições seguem as pistas de um operador semântico: a circulação. Serão feitos três exercícios nesta perspectiva:

a) o exercício sócio-antropológico;

b) o discursivo;

c) aquele fundado pelas epistemologias da midiatização.

Esse terceiro já estará presente nos dois anteriores.

O exercício reflexivo antropológico, em nossa percepção, deve iniciar com Marx. Para Marx, o que define o processo de valorização do capital não é a produção, nem o consumo. É verdade que valores de uso (dos bens materiais) e valores de troca (apropriação que gera valor) são centrais em Marx. Assim como, formas de produção (de valores de uso) e modos de produção (de valores de troca). Mas, em nossa leitura, o que é central é a circulação. Por que? É a circulação que aciona o transito dos usos para as apropriações. Este é o nosso argumento sobre a circulação, apresentada em três hipóteses de partida. Por analogia, nem produção, nem recepção, definiriam o que é comunicação no processo midiático. Seguimos aqui a tríade de Marx quando aborda a circulação do capital. São três operações realizadas no processo de circulação: o uso, o investimento produtivo e o trabalho pelo reconhecimento.

3.1. O uso no espaço-de-mercado-de-tudo

Um indivíduo está no mercado de meios-objetos midiáticos. Esse é o nível de acesso preliminar. Nem todos estão em todos minimercados (por exemplo, nem todos acessam a Netflix). Ele necessita ter acesso econômico, cultural e político a esses meios-objetos midiáticos. Sem esses recursos, não é possível a conversão-investimento de seus capitais (culturais, econômicos e políticos) em meios-objetos-midiáticos. É claro que esse acesso é diferenciado na história dos meios. Os formatos de acesso não são os mesmos durante o período histórico do livro, jornal impresso, do rádio e da televisão.

Esse acesso-conversão é mais complexo no tempo das redes. Nas redes, o indivíduo-usuário acessa um meio-objeto de produção que não lhe pertence. Ele produz em um formato definido por outros. O Facebook, por exemplo, é propriedade-indústria privada. Enquanto propriedade privada, a sua produção segue o modelo clássico das relações sociais no capitalismo. Mas o indivíduo que o acessa, de forma “gratuita e livre”, produz sem remuneração, preenchendo o meio-objeto de conteúdo. Para ele, é uma atividade individual, subjetivamente individual.

Para compreendermos esse meio-digital é central definir que tipo de produto a propriedade indústria-privada oferece. Não é mais o conteúdo (que permitiu analisar os meios como sendo indústria cultural – Escola de Frankfurt – ou economia dos bens simbólicos - Bourdieu); nem a documentação e informação tipo Google, que já pertence ao digital; e sim, interações, onde os conteúdos e organização das informações são agenciadas na interface entre ações dos indivíduos e lógicas dos formulários. Este tipo de produto é central para a compreensão desse tipo de meio-objeto.

O que há de novo? Em primeiro lugar, mesmo que reproduzindo relações sócio comunicacionais de produção dos meios impressos, eletrônicos e digitais anteriores, os meios-objetos cujos produtos são as próprias ofertas de espaços de interações, têm a capacidade de absorver a participação de milhões, em escala planetária, na produção de conteúdo e interações. Nunca um meio-objeto midiático reuniu essa força. E, pela primeira vez na história, um empreendimento capitalista opera com a produção com mais de uma bilhão de indivíduos.

Se considerarmos que a audiência e constituição de públicos é uma das categorias centrais dos meios midiáticos, verifica-se aí uma potência maior do que todos os anteriores, inclusive o próprio Google (que é um organizador de informações e documentos)[[3]](#footnote-3). Esse agrupamento de meios digitais (Facebook, Instagram, YouTube, Google, entre outros) já é hegemônico por sua força de capturar usuários e constituir coletivos de consumidores, que são também indivíduos produtores. Por isso, falamos que aí temos uma recepção produtiva. A recepção, situada na *oikos*, não é uma boa categoria para analisar os processos midiáticos, hoje. As emoções e energias da recepção, caracterizadas desde a retórica de Aristóteles até as teorias contemporâneas da recepção, estão, agora, nos circuitos ambientes acionados pelas interações entre meios e indivíduos.

Nos meios digitais em redes, uma determinada tecnologia não é apenas um meio-objetos-midiáticos. São muitos meios-objetos que compõem por exemplo um celular, muitos dos quais de interação comunicacional e incluindo mais de um de comunicação midiática. Entre esses últimos, podemos ligar o Facebook, o Waze, o Instagram... O uso desses meios requer capitais culturais, econômicos e políticos específicos. Os capitais culturais abrangem a linguagem, mas não só. Se interpõem também as competências de uso da tecnológica e da técnica. As condições econômicas não se referem só a compra do celular, mas também ao seu custo de uso, etc. As políticas remetem às relações políticas na sociedade, que definem as possibilidades efetivas de uso (censura, repressão, leis restritivas, etc.).

Um exemplo recente pode ser o da Birmãnia. O título da matéria de Pedro Guerreiro é “O país que chegou tarde à festa”. No ‘olho’ da matéria, o jornalista destaca: “Na Birmânia, milhões de pessoas navegam na Internet pela primeira vez. Sem experiência prévia, são vítimas fáceis de propagandistas extremistas e de um código penal herdado da ditadura”[[4]](#footnote-4). A Birmânia ingressa, portanto, anos após o Brasil, na esfera dos usos. Quanto tempo vai demorar para gerar práticas específicas? Lembramos aqui também outra experiência, a de Marrocos. Nas interações com marroquinos, sempre solicitava o ‘endereço’ no Facebook e e-mails. Todos muito gentis, sempre forneciam essa informação. Mas quantos responderam a convites de ‘amizade’ no Facebook ou a e-mails enviados? Só os integrantes da comunidade acadêmica. Temos, portanto, transversalidades ao que chamamos de formações histórico-midiáticas e especificidades conforme lógicas das *ecclesias*.

É nesse sentido que é pertinente discutir o processo relações sociais constituídas e de valorização acionados a partir dos acessos, usos, práticas e apropriações dos meios objetos midiáticos. As relações sociais constituídas não são apenas aquelas estabelecidas entre os usuários de redes. Há também outra, fundamental, substancial, que é a relação desses usuários com esses meios midiáticos como meios de produção de conteúdo com base em relações individuais, de gratuidade, alimentadas pela sinergia e emocionalidade das interações. Entretanto, assim como no caso do proletariado e do trabalho assalariado, esse usuário se defronta com esses meios como uma propriedade alheia, que pode utilizar sem pagar (o mais correto é afirmar: trabalhar sem receber), recuperando aqui a gratuidade do acesso aos meios televisivos e radiofônicos antes dos canais fechados, mas se transformando, no uso, em produtor de conteúdos e circuitos de interações.

A distribuição dos meios é derivada destas primeiras relações instituídas: bilhões de usuários produzindo conteúdos, sendo documentados e informacionalizados, alimentando a máquina de meios à disposição, configurando uma cultura da participação e da gratuidade[[5]](#footnote-5), porém apropriada nos centros que os produzem; ampliação infindável de espaços mediados de interação, como produto nobre dos novos meios, condicionando outros os usos e práticas de outros meios (por exemplo: as redes agenciam os jornais, atualmente).

Para que estes novos meios midiáticos se instalem, condições econômicas, políticas e culturais são requisitadas. A sociedade política deve ser atomizada, fragmentada, individualizada, o que em grande medida foi feito em sociedades mercantis ocidentais, de consumo, alimentadas pelos meios televisivos; a economia deve oferecer condições básicas de acesso, mesmo que com restrições tecnológicas e técnicas; a cultura deve ser suficientemente midiática para conviver com os processos disruptivos, regulatórios e novas inteligibilidades sociais que emergem.

3.2. A recepção produtiva

Um dos conceitos centrais da circulação do capital é o consumo produtivo, caracterizado como um consumo que ingressa na produção de mercadorias. Por analogia, o consumo produtivo implica em consumir meios-objetos para a produção de meios-objetos, realizada em dimensões semióticas, técnicas, tecnológicas e tentativas simbólicas.

Esta é a segunda operação da circulação: o consumo produtivo. O pressuposto é de que este consumo produtivo gere valor. Algo deve ser agregado ao valor original. Esse algo, entretanto, não é transparente. Abrange, em nossa perspectiva, dois valores adicionais: os valores de uso dos meios-objetos e os valores sócio-simbólicos. A confluência entre esses dois valores produz uma série de processos interacionais diversificados.

Exemplificamos com o celular. O valor de uso do celular é variado: telefone, de meio móvel para acesso a documentação, e interação em Facebook, Waze, Instagram, etc. São usos interacionais diversificados. Em geral, os usuários acionam essas possibilidades no contexto de determinados limites técnicos e tecnológicos, um campo de possibilidade, de liberdade, restrito. Há mudança no valor de uso da técnica nos casos de comunidades de criação tecnológica. Exemplo pode ser visto no estudo de Jacques (2016), quando analisa os games (User-generated-content como estratégia na indústria de jogos digitais: a experiência do jogo Arma 3).

Na esfera dos valores de uso, há a grande expansão, portanto, a do uso meio-midiático como objeto de consumo, em si; de lugares de acesso a conteúdos oferecidos – o que transforma os meios em redes de replicação dos meios anteriores, onde ocorre a oferta de conteúdo; a expansão das interações sociais mediadas como valores de uso. Essa expansão dos valores do uso alavanca a produção de conteúdo, o que remete aos usos da linguagem. Aqui, o campo de possibilidades é maior, certamente, do que o anterior, as técnicas e tecnologias digitais e de rede. Agregar usos nessa segunda dimensão tem produzido novidades nos usos: o celular como meio-objeto de captura, de gravações de eventos sociais em curso, de distribuição em redes, integrando-se às redes digitais, produzindo irrupções semióticas imprevisíveis, etc.

Os usos podem ser de inserção da *oikos* na *ágora* (um beijo, um selfie, um vinho que está sendo degustado, uma escuderia do crime organizado, armas ou animais de estimação) ou de *ecclesiae* específicas (um funcionário que bateu o ponto e não comparece; uma cirurgia malfeita; um policial enlouquecido reprimindo um infrator qualquer; etc.).

Entretanto, quanto mais se expande o uso das redes pelos indivíduos, mais se fortalecem esses meio-objetos como roteadores resultantes de outros meios de produção (a televisão resultando nas redes; as redes resultado da televisão; o impresso, nas redes), numa relação que não unívoca e sim biunívoca, alimentadas por ações individuais e coletivas, desenvolvidas nos moldes empresariais ou de gratuidade. Nunca o capitalismo se alimentou de forma tão profunda da ‘livre-iniciativa’. Não se trata apenas da liberdade de consumo ou da livre iniciativa na propriedade dos meios de produção de produtos materiais e simbólicos. Agora se discute a liberdade dos usuários, de realizar o consumo produtivos dos meios midiáticos, que assim se transformam em dispositivos de agenciamento globalizado, de indivíduos que se imaginam livremente conectados.

Diferente dessa dimensão de valor de uso são os valores simbólicos acionados. Esses não se definem pelo uso que faz o indivíduo. O valor simbólico é social, construído nas interações no espaço público de todos, e pode, por essa via, ser inclusive de dissolução do simbólico. Nesta esfera, os valores podem ser degenerativos, e a análise sócio-semiótica dos processos circulatórios podem indicar que tendências são construídas nas interações a partir dos valores-de-usos acionados. Exemplo: posso utilizar o Wase para ludibriar a “balada segura”. É um uso instrumental. Derivado: agrega-se à sociedade, a ambiência, esse gesto e sua ética. Portanto, esses segundos são, necessariamente, interacionais e sociais, mas quando falamos do simbólico que se constrói nas interações, estamos falando de uma ambiência (Gomes, )., maior do que os usos específicos, que se sobrepõe ética, emocional e energeticamente às especificidades

3.3. O retorno ao mercado: o problema do reconhecimento

Muitos meios-objetos são ‘sacados’ da *oikos*, no formato de linguagens, códigos, imagens, etc. Essa retirada não é gratuita. Envolve negociações, tensões políticas na esfera da vida privada, afinidades com os lances culturais, riscos inclusive econômicos. Outros são retirados dos mercados simbólicos específicos (campos) constituídos pelas *ecclesiae*.

Os indivíduos podem ser freelancers, profissionais ou amadores. São eles que atuam nesses mercados e transportam os meios-objetos para a *ágora*, para os mundos privados ou para as *ecclesiae*. Mas só fazem isso em determinadas condições culturais, econômicas e políticas, como acentuamos acima. Esse é o primeiro movimento de circulação. É um movimento social. É verdade que os algoritmos também podem retirar, sacar, depositar e transferir meios-objetos diversos. Assim como nos bancos, os hackers, os vírus,etc. Mas, aí, não se trata de informação. São signos, que transferidos abrem processos semióticos disruptivos. Por exemplo, uma imagem privada transformada em imagem pública.

Mesmo os algoritmos são meios-objetos construídos por outros indivíduos que reúnem condições culturais, econômicas e políticas muito específicas: são, por analogia, resultantes de capitalistas midiáticos, mesmo quando falamos de hackers (sejam os corsários, sejam os piratas). Tem capacidade de construir objetos meios com potência redobrada, com força descomunal para acessar, deslocar e realocar os meios-objetos disponíveis no mercado-de-tudo. Em geral, os indivíduos têm reduzida capacidade cultural, econômica e política de agenciamento dos meios-objetos. Essa capacidade reduzida não está vinculada apenas às características individuais. Essas características estão definidas por imersões desses indivíduos em espaços mercantis, *agorae*e *ecclesiae*também específicas, com suas competências de manipulação dos objetos-meios.

O foco destas primeiras operações de circulação não é o deslocamento, transferência, retiradas ou depósitos de meios-objetos-em-geral. O foco é aquilo que é levado à *ágora*, vindo de onde vier. Da *oikos*, quando o indivíduo posta uma foto em seu Facebook, especialmente quando esta vaza no mercado-de-tudo, de forma disruptiva. Das *ecclesiae*, exemplo: quando o fundador do site WikiLeaks, Julian Assange, oferece no mercado-de-tudo informações secretas do Estado Americano. Isso não exclui pensar que esses processos estão, muitas vezes, vinculados a outros dois, fortes, no momento atual: os deslocamentos dos meios-objetos para os espaços organizacionais-institucionais ou para espaços privados da *óikos*, alimentando-os. Um exercício a ser feito é analisar as diversas formas dessas operações primeiras. O que é levado para o mercado-de-tudo? Tudo é possível?

Mas para realizar a geração de valor, primeiro, deve ser reconhecido como objeto-meio enquanto valor de uso. Nessa perspectiva, a questão do reconhecimento do objeto-meio adicionado ao mercado-de-tudo passa a ser central, mas desdobrada. Por um lado, há um reconhecimento enquanto valor de uso do objeto-meio. Mas, imediatamente, não antes, nem depois, deve ser reconhecido como valor sócio-simbólico. Esse segundo reconhecimento é central, para pensarmos a comunicação em tempos de rede.

As tensões entre ambos reconhecimentos são de diversos tipos, e definem não só os processos circulatórios dos meios-objetos enquanto valores de uso, mas também suas inserções nas simbólicas sociais constituídas, incluindo novas simbólicas tentativas.

4. Encaminhamentos questionadores: o reconhecimento

A terceira operação é a de realização das interações midiatizadas. Partimos, por analogia, dos diagramas de Marx para pensa-la. Mas elas já estão em Verón (xxxxx), em suas investigações empíricas e seus diagramas sobre a circulação. Em síntese, este pesquisador nos propõe um esquema.

Em artigo mais recente, o esquema é descrito da seguinte forma:

[CITAÇÃO] Si partimos, enel curso de una investigación, de un conjunto de discursos tomado como “corpus” (D), éstepuede ser encarado como una configuración de superficies discursivas constituidas por operaciones que reenvían a una gramática de producción (GP), lacual se explica a su vez por un conjunto de condiciones de producción (CP). Si lareconstitución de una GP puede ser considerada como untrabajodescriptivo, de identificación de invariantes operatorias identificadas enel conjunto D de superficies discursivas, la GP, una vez caracterizada, permite definir a D como uma clase de discurso: es el caso de una GP como contrato de lectura de unmedio de prensa, por ejemplo. Lo que nos interesaaquí es subrayarelhecho de que si elanálisis nos permite articular laclase D de discurso a una gramática de producción dada, laspropiedades de D así descritas no nos autorizan a inferir los “efectos” de esta clase de discurso em recepción: laclase D de discurso está sometida, enrecepción, a una pluralidad de “lecturas” o de interpretaciones, que designamos como gramáticas de reconocimiento (GR) de D, y que reenvían a su vez a condiciones de reconocimiento (CR) determinadas. Tenemosallí una prueba capital sobre la no-linealidad de lacomunicación, que resulta delestudio empírico de lacirculación discursiva. (BOUTAUD; VERÓN, 2007, p. 3).

Numa lógica matricial, a proposta de Verón é o agrupamento de indivíduos receptores (1 a “n”) em “m” gramáticas de reconhecimento correspondentes a uma ou mais gramáticas de produção.

Os circuitos ambientes contemporâneos – as redes digitais –, entretanto, são marcados por complexas diferenciações dos processos de significação, num cenário em que os meios e os processos midiáticos possibilitam que cada um dos indivíduos-agentes se coloque como produtor de GP, o que nos permite inferir a possibilidade de que um *corpus* possa ser analisado como M x N gramáticas de produção, em que as instituições midiáticas constituem uma das matrizes possíveis, não mais determinante, como sugeriu o conceito de indústria cultural.

Nesse contexto, há proposições concorrentes: a) as defasagens passam a se constituir em uma questão antológica, na medida em que as epistemes não produzem os fechamentos lógicos, racionais ou simbólicos sugeridos pela modernidade e nem as regulações técnicas e tecnológicas sugeridas como ideologia oferecem resolução para o problema da inteligibilidade; b) propostas que reconhecem que as defasagens ou decalagens têm como resultados sócio-históricos, em novos contextos dos processos midiáticos, a explosão e fragmentação de sentidos, mas, por outro lado, vêm propiciando a constituição de novos cenários simbólicos (ternários), mais complexos do que os até então configurados pela experiência da espécie.

Nesse sentido, sugerimos que o problema do reconhecimento, desdobramento dos conflitos sociais, é central para compreendermos as interações nos processos de midiatização, no contexto dos ambiente e ambiências em redes digitais. Não se trata mais do reconhecimento dos antigos meios apropriados enquanto indústria cultura (jornal impresso, rádio e televisão), mas dos processos de reconhecimento nos fluxos constituídos nas interações entre a *ecclésia*, *agora* e *oikos*. Chega-se, assim, a problemática de Honnet (2004), a questão do reconhecimento mútuo como chave das possibilidades de comunicação nas sociedades contemporâneas, complexas, derivadas dos processos de midiatização.

5. Referências

BOUTAUD, J.; VERÓN, E.. Sémiotique ouverte: Itinéraires sémiotiques en communication. Paris: Lavoisier, Hermès Science, 2007.

[BRAGA, José Luiz](http://lattes.cnpq.br/4251781990514288). A sociedade enfrenta sua mídia - dispositivos sociais de crítica midiática. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2006. v. 1. 350p .

[BRAGA, José Luiz](http://lattes.cnpq.br/4251781990514288). Nem rara, nem ausente – tentativa. Matrizes, USP (impresso), v. 4, p. 65-81, 2010.

FAUSTO NETO, Antônio. Dos circuito à sentença: o impeachment de Dilma Rousseff no ambiente da circulação midiatizada". Antonio Fausto Neto. IN Mediaciones. 2016 Vol. 11/97-111; ISSN 15105091- ISSN digital 1688.82.26.

GOMES, P. G. Da sociedade dos mídias à midiatização da sociedade. IHU On-Line, UNISINOS (impresso), v. 357, p. 22-24, 2011. Disponível em <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3769&secao=357>

HONNET, Alex. A luta pelo reconhecimento. A gramática Moral dos conflitos sociais. São Paulo: Editora 33. 2003. Disponível em <https://www.trt13.jus.br/institucional/ejud-2/material-dos-cursos-e-eventos/cursos-de-2014/9-teoria-critica-e-direito-06-a-08-de-agosto/honneth-luta-por-reconhecimento.pdf/view>

JACQUES, Edu. User-generated content como estratégia na indústria de jogos digitais: a experiência do jogo Arma 3. In: FLICHY, Patrice; [FERREIRA, Jairo](http://lattes.cnpq.br/8243334414084240); Amaral, Adriana (orgs.) . Redes digitais: um mundo para os amadores. Novas relações entre mediadores, mediações e midiatizações. 1. ed. Santa Maria: Facos - UFSM, 2016. v. 1. 175p . Disponível em <http://www.guaritadigital.com.br/casaleiria/acervo/processosmidiaticos/flichy.html>

LAHIRE, B. O homem plural. Petrópolis: Vozes, 2002. Disponível em <https://pt.slideshare.net/lolanascimento315/homem-pluralosdeterminantesdaacao>

LUHUMAN, Niklas (2005). A realidade dos meios de comunicação. São Paulo: Paulus.

ORTIZ, Renato (org.). 1983. Bourdieu – Sociologia. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39. p.156-183. Disponível: <http://www.antropologias.org/files/downloads/2011/05/Pierre-Bourdieu-A-economia-das-trocas-simb%C3%B3licas.pdf>

PROULX, Serge. As pesquisas norte-americanas sobre a comunicação: a institucionalização de um campo de estudo. Revista Questões Transversais, v. 2, número 4. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/9620>

ROSA, Ana Paula. Imagens em proliferação: a circulação como espaço de valor. IN: Anais do V Colóquio de Semiótica das Mídias. Vol5. Nº 1. Japaratinga: UFAL, 2016. Disponível em: <http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/index.php/edicao-atual/196-imagens-em-proliferacao-a-circulacao-como-espaco-de-valor>

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. Lima: Felafacs, 1997. (Diálogos de la comunicación, n. 48). Disponível em <https://comycult.files.wordpress.com/2014/04/veron_esquema_para_el_analisis_de_la_mediatizacion.pdf>.

1. Pesquisador do PPGCC – Unisinos. [↑](#footnote-ref-1)
2. A substituição do termo ator por interagente é conceitual. Agora, é pertinente com os usos. Agente, com as práticas. Interagentes, sugerimos, são agentes em interação, a partir dos usos. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ver capítulo no livro organizado também por Bernard Miège nesta série. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ver em http://publico.uol.com.br/tecnologia/noticia/o-pais-que-chegou-tarde-a-festa-1766385 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ver capítulos de Serge Proulx no livro organizado com ele nesta série. [↑](#footnote-ref-5)