

Maria Ângelo **MATTOS**; Ricardo Costa **VILLAÇA**
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – Belo Horizonte, Brasil

Interações midiáticas: desafios e perspectivas para a construção de um capital teórico

Interacciones mediáticas: desafíos y perspectivas de la construcción de un capital teórico

Mediatized interactions: challenges and perspectives for the construction of a theoretical capital

Recebido em: 05 jan. 2012

Aceito em: 02 mar. 2012

Maria Ângela Mattos é professora dos cursos de pós-graduação e graduação em Comunicação Social da PUC-MG e coordenadora do grupo de pesquisa Campo Comunicacional e suas Interfaces e de metapesquisa financiada pela FAPEMIG.

Contato: mattos.maria.angela@gmail.com

Ricardo Costa Villaça é mestre em Comunicação Social pela PUC-MG e bolsista de apoio técnico de metapesquisa financiada pela FAPEMIG.

Contato: rivillaca@yahoo.com.br

RESUMO

O artigo propõe enriquecer a discussão sobre as perspectivas teórico-conceituais da interação midiaticizada a partir das contribuições dos autores de referência do campo comunicacional e da análise dos resultados preliminares da metapesquisa “A construção do capital teórico sobre os processos de interação midiaticizada nos artigos científicos apresentados nos encontros nacionais da Associação Nacional da Pós-Graduação em Comunicação (Compós) durante a década de 2000”. Parte-se do pressuposto de que esse conceito, a despeito de ter entrado na pauta do debate acadêmico brasileiro desde o início da década, encontra-se ainda em construção em face da diversidade de denominações, usos, apropriações e interpretações que os autores dos artigos analisados fazem da expressão interação midiaticizada, além da grande dispersão e falta de clareza conceitual.

Palavras-chave: interações midiaticizadas; interatividade; epistemologia da Comunicação.

RESUMEN

El artículo se propone enriquecer el debate sobre las perspectivas teórico-conceptuales de la interacción mediaticizadas partiendo de los autores de referencia del campo comunicacional y el análisis de los resultados preliminares de la meta-búsqueda “La construcción del capital teórico sobre los procesos de interacción mediaticizada de los artículos científicos presentados en los encuentros nacionales de la Compós, durante los década 2000”. Se parte del supuesto de que este concepto, aunque haber entrado en la agenda del debate académico brasileño desde el comienzo de esta década, aún se está construyendo en la faz de la diversidad de nombres, de los usos, de las apropiaciones y las interpretaciones que los autores de los artículos analizados hacen de la expresión de la interacción mediaticizada, además de la gran dispersión y falta de claridad conceptual.

Palabras clave: interacciones mediaticizadas; interactividad; epistemología de la Comunicación.

ABSTRACT

The article considers to enrich the discussion about the theoretical-conceptual perspectives of the mediaticized interaction from the contributions of referential authors of the communicational field and from the analysis of preliminary results of the meta research “The construction of the theoretical capital on the processes of mediaticized interaction in presented scientific articles in the national meeting of Compós during the 2000’s decade”. We considered that this concept, although it has been included in the guideline of Brazilian academic debate since the beginning of this decade, is still in construction due to the diversity of denominations, uses, appropriations and interpretations that the authors of the analyzed articles make of the expression mediaticized interaction, besides the great dispersion and lack of conceptual clarity.

Keywords: mediaticized interactions; interactivity; communicational epistemology.

Introdução

Este artigo¹ está estruturado em três itens de discussão. No primeiro, traça um panorama do debate ocorrido no início da década de 2000 sobre a importância do conceito de interação para a constituição do campo da comunicação, focalizando, sobretudo, as contribuições de Vera França, José Luiz Braga e Lucrécia D'Aléssio Ferrara. Esses três autores foram privilegiados por se destacarem como sendo os pioneiros desta discussão no âmbito da Compós, além de terem, desde então, continuado a estudar as interações, seja em sua dimensão epistemológica ou empírica.

No segundo, atualiza a proposta de Braga de um reposicionamento do conceito de interatividade como contribuição para a constituição da noção de interação midiaticizada (IM). Busca também esclarecer a distinção entre diferentes terminologias, entre as quais se destacam: interação, interatividade (midiaticizada ou não) e midiaticização. Por último, faz apontamentos e tece considerações preliminares sobre as tendências teóricas identificadas nos artigos científicos apresentados à Compós em 2009 e 2010 pela metapesquisa² em curso.

Nesse sentido, é importante ressaltar que apesar de o presente artigo ter como um de seus objetivos revisar aportes e perspectivas específicas, o capital teórico inventariado na metapesquisa em andamento, bem como as concepções de IM subjacentes a ele não estão limitadas às noções e terminologias adotadas pelos autores mencionados anteriormente. Além disso, em texto anterior³, realizamos ampla discussão sobre contribuições de diversas abordagens e autores para a constituição do capital teórico das IMs, partindo de diferentes tradições e visadas teóricas, que ora se aproximam ora se distanciam.

¹ O artigo contou com a colaboração do bolsista da pesquisa em curso sobre interações midiaticizadas Thiago Crivelaro e dos pesquisadores vinculados à linha de pesquisa Interações Midiaticizadas do grupo de pesquisa Campo Comunicacional e suas Interfaces Rafael Drumond e Wilson Milani.

² Financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), esta metapesquisa objetiva, além de investigar a construção do capital teórico das interações midiaticizadas nos artigos apresentados à Compós na década de 2000: identificar e analisar as teorias, categorias, conceitos e noções sobre a temática; as possíveis interpretações e apropriações das abordagens e autores de referência; qualificar as interfaces com outras áreas de conhecimento, entre outros.

³ No GT Práticas Interacionais e Linguagens na Comunicação, do XX Encontro da Compós, realizado em Porto Alegre de 2001, os autores apresentaram o texto "Aportes para uma nova visada da metapesquisa em Comunicação" visando recuperar os autores e abordagens de referência sobre os estudos da interação midiaticizada no cenário contemporâneo.

Emergência do conceito de interação e constituição do campo

O encontro anual da Compós sediado em Porto Alegre em junho de 2011 marcou os 20 anos de sua fundação. Criada tendo como dois de seus objetivos principais incentivar e desenvolver a interlocução entre os diversos programas de pós-graduação da área, a entidade foi assumindo, neste período, papel de protagonista nas discussões acerca de questões relativas à própria constituição da Comunicação enquanto campo de estudos. Nesse âmbito, o início da segunda década do século marca também os dez anos do florescimento de um debate acerca de questões epistemológicas que viriam a dar contorno e encaminhar a construção de algumas das matrizes e bases conceituais do pensamento comunicacional brasileiro atual.

O debate travado naquela ocasião referia-se, sobretudo, à necessidade de reflexão sobre os paradigmas, teorias e metodologias predominantes na área, visando encontrar respostas para uma série de incertezas que permaneciam ainda não bem solucionadas: Qual a natureza do campo comunicacional? Seria este interdisciplinar, transdisciplinar ou de interfaces? Quais os paradigmas dominantes na área? Quais objetos de estudos lhe são próprios? Em conjunto essas questões diziam respeito a uma pergunta nuclear para a definição do campo: Qual a especificidade do olhar comunicacional que o legitimaria enquanto ramo especializado do saber, diferenciando-o dos demais campos de estudos das CHSs? (FRANÇA, 2001).

Certamente, não foi por acaso que a primeira questão colocada pela autora como de capital importância para uma definição mínima das bases epistemológicas que delineiam o campo da Comunicação, refere-se à definição de seu objeto. Para a teórica “Na constituição de qualquer domínio de conhecimento, a definição de seu objeto de estudo é fundadora [...] é ao recortar um objeto próprio, distinto, que um novo domínio de conhecimento se constitui” (FRANÇA, 2001:3). A autora, então, aponta dois objetos de maior importância para os estudos no campo: “os meios de comunicação e o processo comunicativo” (2001:3), destacando, inicialmente, o peso que o primeiro assume historicamente tanto nas pesquisas empíricas, quanto nas reflexões teóricas desenvolvidas na área. Contudo, diz ela, assumir a mídia como objeto próprio do campo poderia significar dois problemas fundamentais: i) o tema mídia é muito amplo e, a rigor, pode ser tratado por qualquer área que dele se aproxime para responder perguntas pertinentes ao seu próprio universo de saber; ii) fazer tal escolha poderia reduzir o

objeto da comunicação ao nível da empiria, restringindo assim o olhar comunicacional e deixando de fora dele práticas comunicativas que escapam deste âmbito específico.

Já o processo comunicativo, enquanto conjunto de “processos humanos e sociais de produção, circulação e interpretação de sentidos, fundados no simbólico e na linguagem” (FRANÇA, 2001: 5), mostra-se também demasiadamente amplo, podendo caber em perspectivas distintas dentro das CHS e, no limite, acabar confundido com questões mais abrangentes, oriundas do terreno da cultura. Diante de tal impasse, França percebe que a dificuldade em eleger um dos dois objetos é derivada, antes de tudo, por estes se tratarem de objetos empíricos, sendo, portanto, devido à sua amplitude, impossíveis de conter em suas particularidades questões que justifiquem a construção de um campo do saber voltado exclusivamente para dar conta deles.

Ouso dizer que o problema com o objeto da comunicação é que sua definição vem sempre por demais apoiada ou referenciada no empírico – e “objetos de conhecimento” não equivalem às coisas do mundo, mas são antes formas de conhecê-las; são perspectivas de leitura, são construções do próprio conhecimento. (FRANÇA, 2001:5).

Após assumir tal postura, França (2001) parte para outras questões caras ao debate sobre uma possível especificidade comunicacional – a interdisciplinaridade e as correntes de estudo – até chegar aos paradigmas sobre os quais se apoiam as diferentes visadas sobre a comunicação. Um paradigma, segundo a autora, é aquilo que direciona o olhar sobre os objetos, antecedendo às teorias e as acionando em função do esquema cognitivo proposto por ele. É ele o responsável por orientar as perguntas a serem feitas por determinada área de conhecimento no intuito de se conhecer os fenômenos do mundo sob um ângulo específico. O que ocorre na Comunicação é que, embora novas teorias já tenham apresentado contribuições que evidenciam a necessidade de superação do paradigma clássico – que tem como modelo um processo linear produção/recepção –, a consolidação de um novo paradigma ainda se faz de maneira fragmentada e dispersa.

Retomando alguns dos avanços trazidos por distintas abordagens teóricas da área, França elabora as bases do que mais adiante ela mesma caracterizaria como paradigma relacional (ou interacional) da Comunicação. Sob tal visada, o fenômeno comunicacional passa a ser encarado como processo de compartilhamento simbólico e não mais de transmissão de mensagens. Dessa forma, enfatiza o papel dos sujeitos sociais como interlocutores ativos, envolvidos situacionalmente em contextos específicos e em constante relação com formas e discursos de determinada cultura.

Inferimos que, com tais colocações, França coloca novamente a questão da interação como objeto da Comunicação, porém, não mais como simples objeto empírico, e sim como objeto teórico, um paradigma sob o qual os demais fenômenos sociais podem ser observados a partir de um olhar próprio da Comunicação. O que implica em deslocá-la da condição de fenômeno para um ponto de vista sob o qual o próprio processo comunicativo deve ser entendido nos estudos do campo.

Compartilhando com esta perspectiva, o artigo de Lucrecia Ferrara “Epistemologia da Comunicação: além do sujeito e aquém do objeto”, publicado no livro *Epistemologia da Comunicação* (2003), é também emblemático da importância do conceito de interação para o debate sobre a constituição do campo, particularmente porque a autora propõe uma epistemologia das relações comunicativas, em vez de uma epistemologia da comunicação. Em outras palavras, a autora propõe uma epistemologia das trocas comunicativas, superando a natureza das mídias e suportes enquanto núcleos temáticos, para interrogar não sobre o código, mas sobre as características processuais das mídias que nutrem as relações comunicativas.

Ao indagar se seria possível pensar uma epistemologia que, afastando-se da abstração ou do modelo científico, se aproximasse das características do objeto, ou ainda, se seria possível ultrapassar a epistemologia enquanto acumulação teórica de afirmações para aderir a uma epistemologia sutil que se nutrisse mais de perguntas do que de respostas, Ferrara sugere a construção de uma epistemologia com outra dimensão, menos metafísica da verdade, mais dinâmica e processual. Para ela, tal epistemologia precisa ser desenhada além do sujeito e aquém do objeto, de forma a aderir às mediações que se estabelecem entre os dois polos e que, por hipótese, podem sugerir caminhos a serem percorridos pela produção científica. Sob tal ótica, esta epistemologia estaria sempre em processo, por conceber a comunicação como um objeto vivo, múltiplo, mutável e resistente às descrições e às explicações. Constrói-se, segundo a autora, não uma epistemologia da comunicação, mas uma possível e mutante epistemologia das relações comunicativas entre homens e máquinas, entre culturas e sociedade em processos de mediação e de troca.

Para a autora, o vetor capaz de definir uma área científica da comunicação seria perguntar, primeiramente, o que transforma uma relação em nexos comunicativo, respondendo que tal transformação se opera no caráter mediativo das interações que se estabelecem, exemplificando: essa epistemologia como diagrama das relações

comunicativas pode manifestar-se nas várias modalidades interativas e difusas estudadas por diferentes autores que

vão do flâneur ao acteur, passando pelo voyeur e pelo zapeur, na intertextualidade recorrente do texto artístico plástico, literário, sonoro, fotográfico etc.; na tensão entre visualidades e visibilidades que permita, por exemplo, enxergar a cidade como complexa comunicação além de sua construção como códigos urbanos. (FERRARA, 2003: 63-64).

Ainda no âmbito do debate acerca da busca de uma especificidade do campo e, em particular, da interação como objeto central da Comunicação, Braga (2001)⁴ problematiza algumas possibilidades de objetos definidores de uma abordagem comunicacional: a primeira, que considera que “tudo é comunicação”, peca pelo excesso de holismo e, a segunda, ao privilegiar recorte muito específico no objeto comunicacional, deixaria de fora temáticas que estariam em pontos externos ao campo, além de adotar perspectiva reducionista.

Para escapar dessas alternativas extremas, o autor indica outras duas possibilidades, advindas das tentativas de recorte de um objeto específico: uma que entende que o objeto comunicacional é toda e qualquer “conversação” nas diversas instâncias da vida social, enquanto a outra está estreitamente ligada aos meios de comunicação ou mídia. Dentre elas, Braga opta por assumir a prevalência da mídia como objeto empírico de estudos, ao mesmo tempo em que afirma sua preferência pelas interações comunicacionais enquanto objeto teórico da Comunicação. Esse posicionamento representa uma distinção frente às perspectivas de França e Ferrara, na medida em que estas não associam necessariamente a noção de interação ao âmbito midiático. Isso não quer dizer, contudo, que ele se oponha às posturas epistemológicas adotadas pelas duas autoras.

Dialogando com as considerações de França, o teórico apresenta três razões para reconhecer a centralidade da mídia na vida contemporânea, sem que esta seja colocada numa posição de objeto nucleador do campo, o que reduziria o pensamento comunicacional ao nível da empiria. São eles: i) a emergência da mídia enquanto fenômeno sócio-histórico que permitiu “que a sociedade se perceba conversando

⁴ Tal problematização foi feita no artigo “Constituição do Campo da Comunicação”, publicado no livro *Campo da Comunicação – caracterização, problematizações e perspectivas*, editado em 2001 pela UFPR. Em outro artigo com o mesmo título, publicado em 2011 na *Revista Verso e Reverso* do Programa de Pós-Graduação da Unisinos, o autor promove um balanço sobre os avanços e a permanência de alguns impasses em relação aos debates epistemológicos ocorridos no decorrer da última década, além de reiterar a importância da perspectiva da interação para a constituição e consolidação do campo.

consigo mesma” (BRAGA, 2011: 67); ii) a importância da mídia como propiciadora de “processos comunicacionais e de produção de sentidos compartilháveis na sociedade contemporânea” (BRAGA, 2011: 67); iii) o fato de ser este um fenômeno que vem modificando de maneira irreversível os modos pelos quais as sociedades se comunicam (BRAGA, 2011).

Assumindo parcialmente o termo “conversação”, empregado por Francisco Rüdiger ao citar Gabriel Tarde, Braga afirma que “o objetivo e o objeto da Comunicação (...) é observar como a sociedade conversa com a sociedade” (BRAGA, 2011: 66). Destaca que tal expressão funciona como uma metáfora apropriada para se pensar o processo comunicacional, na medida em que amplia “para o espaço social amplo o que ocorre entre pessoas em situação presencial” (BRAGA, 2011: 66), enfatizando o aspecto da troca entre os envolvidos. Sua fragilidade, contudo, deve-se ao fato de que nela encontra-se também o risco de que os diferentes processos comunicacionais – principalmente os midiáticos – sejam equivocadamente abordados de acordo com o modelo “dialógico-simétrico-alternado-recíproco” (BRAGA, 2011: 66), atribuído às conversações face a face. Dito de outra forma, a “conversação” pressupõe processos comunicacionais de “ida-e-volta”, realizados por interlocutores distintos em situação de co-presença, sendo a “resposta” vista como um retorno imediato ao seu ponto de origem. Por isso, o autor prefere utilizar as expressões “interação social”, “interação comunicacional”, ou simplesmente “interação”, perspectiva mais abrangente que inclui, mas não se limita às trocas do modelo alternado-recíproco (BRAGA, 2011).

Ao levantar a ressalva quanto à aplicação da expressão “conversação social” e sua preferência pelo termo interação, o autor já indicava, no início dos anos 2000, a importância do objeto mídia para a concepção de interação. Em anotações atuais, Braga (2011) explicita os motivos de seu interesse pelo fenômeno da midiaticização e sua interface com a visada interacional. Este conceito, segundo o teórico, enfatiza a articulação entre os processos midiáticos e as mudanças nos modos pelos quais as sociedades se comunicam – suas formas interacionais – sem, contudo, cair numa visada reducionista de simples “ação das mídias’ sobre a sociedade” (BRAGA, 2011: 68).

Tal reflexão, acredito, corresponde a superar a disjunção entre os dois “objetos” (...), mídia e interação. Essa perspectiva, naturalmente, nos leva a propor uma “continuidade” entre os processos comunicacionais da midiaticização e os processos de comunicação mais distantes do “midiaticizado”. Na sociedade contemporânea, seria difícil fazer um corte nítido entre fenômenos comunicacionais da processualidade

mediatizada e fenômenos comunicacionais outros, diversamente inscritos no fluxo comunicacional. (BRAGA, 2011: 70).

Como se verá adiante, a constituição de um conceito de IM passa pela necessidade de maior refinamento de outras definições caras à perspectiva interacional. Um passo nesse sentido pode ser percebido na contribuição do próprio Braga, quando busca – no trabalho *Interação & Recepção*⁵, de 2000 – um afastamento da perspectiva interacional de John B. Thompson, ancorado na reciprocidade do modelo conversacional das interações face a face, para pensar a noção de interatividade. Com um olhar voltado para a relação de “continuidade” entre os processos interacionais restritos ao âmbito midiático e aqueles que o autor chama de “mais distantes”, o teórico propõe o modelo de “interatividade social mediática ampla”, caracterizando-o como difuso no espaço e diferido no tempo, uma vez que uma parcela significativa das falas e escutas em circulação na sociedade contemporânea não são diretas nem recíprocas, muito menos imediatamente dialógicas.

Aportes para a construção do capital teórico e epistemológico das interações mediatizadas

Neste ponto, faz-se necessária uma breve digressão com o intuito de conceitualizar alguns dos termos tratados abaixo. Necessidade essa, deve-se ressaltar, ilustrativa da notável diversidade de designações e empregos que determinados termos, caros à própria constituição do campo, assumem.

A despeito do debate, ao nosso ver, ocioso, acerca de uma possível utilização mais apropriada entre as expressões interações mediatizadas e interações midiáticas – originadas dos termos mediatização e midiaticização⁶, respectivamente – adotamos neste artigo a expressão interação mediatizada para designar as interações contemporâneas permeadas por uma lógica própria da cultura midiática que se espalha para as demais instâncias da vida social, chegando a se tornar um processo de referência para as

⁵ Este trabalho foi apresentado no GT de Epistemologia da Comunicação, do IX Encontro da Compós, realizado em Porto Alegre, em 2000, e publicado no livro da Compós de 2001.

⁶ A mediatização comporta múltiplos significados, compreendendo desde a forte presença da mídia na sociedade a processos que ocorrem mesmo quando não estamos diante da mídia. Alguns teóricos brasileiros consideram que a mediatização é a ascendência de uma determinada realidade que se expande e se interioriza sobre a própria experiência humana, criando um novo ambiente cultural, uma nova forma de vida, que tem como referência central a cultura e a lógica midiáticas. (SODRÉ, 2002; FAUSTO NETO, 2009; BRAGA, 2009).

interações sociais que extrapolam o campo da mídia. Além do mais, o próprio Braga em textos diferentes se vale das duas formas para tratar a rigor do mesmo processo.

Segundo Fragoso, o termo interatividade foi criado para denominar uma “qualidade da modificação na relação usuário-computador implicada pela incorporação de periféricos de entrada e enunciação de dados que permitem acompanhar, em tempo real, os efeitos das intervenções do usuário e o desenvolvimento dos processos” (FRAGOSO, 2001: 03). Diz respeito a uma qualidade específica da relação homem-máquina, ligada à interface ou “modo de uso” desta. Trata-se da possibilidade de intervenção e monitoramento simultâneos das operações da máquina pelo homem. Não obstante, outra noção de interatividade, bem distinta e mais ampla, é aquela que denomina uma ação mútua entre agentes. Depreende-se, portanto, que a presença de interatividade – enquanto possibilidade técnica – em determinados produtos midiáticos não exclui a possibilidade de haver interatividade – enquanto ação mútua – em produtos não interativos, de acordo com a primeira concepção (FRAGOSO, 2001).

Encontra-se aí a base da crítica apresentada por Braga ao modelo conversacional de interação associado à noção de interatividade. Como designa ao termo interatividade o sentido mais amplo acima referido, alertando para a armadilha conceitual escondida em sua acepção mais restrita – mesmo sendo a mais disseminada no campo – o autor opta por utilizá-lo como sinônimo de interação. Também as expressões interacionalidade ou interação são utilizadas para marcar uma distinção com a noção reducionista a que a palavra “interatividade” se encontra corriqueiramente adstrita (BRAGA, 2001).

No trabalho “Recepção & Interação” (2000) – que pode ser considerado um marco na construção do capital teórico-epistemológico das IMs no meio acadêmico brasileiro – Braga realiza reflexão crítica acerca do conceito empregado predominantemente ao termo interatividade nos estudos de comunicação. Para tanto, critica o modelo conversacional (comunicação face a face) e, sobretudo, a sua aplicação à interatividade midiática. “Trata-se aqui da interatividade direta, com reciprocidade entre fala e escuta dos interlocutores” (BRAGA, 2000: 1).

Esse tipo de interatividade é usualmente referida como “simétrica”, entretanto, para o autor, as relações reais de troca na sociedade são frequentemente assimétricas, uma vez que diversos fatores pessoais, sociais, culturais, entre outros, interferem nas interações sociais, pois “não há nada na interatividade recíproca direta (modelo conversacional), que predetermine simetria e igualdade nas interações sociais concretas,

assim como nada necessariamente negativo em assimetrias” (BRAGA, 2000:2). Segundo ele, as assimetrias problemáticas são decorrentes dos usos e construções sociais das interações, e não dos processos interativos disponíveis na sociedade.

Exemplo significativo, fornecido por Braga, da excessiva presença do modelo conversacional na análise das IMs é o modelo interacional de Thompson, notadamente a terceira forma de interação denominada “quase interação mediada”. Para Braga, trata-se de uma perspectiva limitada de interação, na medida em que toma como referência as outras duas formas de interação – a face a face (modelo conversacional direto e presencial) e a interação mediada (modelo conversacional mediado, que apresenta algumas características comuns ao face a face, ou seja, com diálogo e reciprocidade).

Segundo Braga, as características da quase-interação mediada – fluxo monológico, sem reciprocidade, assimetria entre produtores e receptores e sem monitoração reflexiva da própria conduta – são apresentadas como lacunas em relação às outras duas formas de interação, baseadas no modelo conversacional, “[o] que leva a observar uma coisa pelo que ela não é, ou pelo que se gostaria que ela fosse” (BRAGA, 2000: 3). Excessivamente fixado nos limites, o autor considera que esta perspectiva não aprofunda o que estas características significam socialmente em termos de possibilidades interativas. Nesse sentido, despreza o potencial de interação não só dos meios massivos, como também das novas tecnologias de comunicação. Outra limitação diz respeito ao fato de Thompson abordar separadamente os polos da produção e o da recepção, passando a tratá-los de formas isoladas, sem avançar além delas para as interações viabilizadas.

Partindo da premissa de que ocorre inevitavelmente interatividade quando um produto midiático circula de fato na sociedade, Braga propõe que a pesquisa sobre a interatividade seja voltada para averiguar como ela está sendo operada em determinadas situações e/ou com referência a determinados produtos e meios, e não o de verificar se há ou não interatividade. Menos ainda o de caracterizar meios e produtos como interativos ou não-interativos. Para tanto, o autor sugere os seguintes passos para rever o conceito: i) afastar o modelo conversacional como base descritiva do fenômeno, bem como evitar caracterizar a interatividade midiática pelas suas lacunas (assimetria, não dialógica, entre outras), buscando, inversamente, suas especificidades; ii) dar consequência à percepção de que a interatividade midiática afasta no tempo e no espaço os interlocutores, instaurando entre eles outras ações e interações, que são difusas e diferidas; iii) abandonar a percepção que considera a interatividade como atributo

substancial de um meio de comunicação e não de outros, concebendo-a, ao contrário, como um processo socialmente construído. “Assim, se um componente do processo merece alguma centralidade, não seria o ‘meio’, mas o ‘produto’ real, concreto, historicamente elaborado e em elaboração, nas suas estruturas” (BRAGA, 2000: 6). Ainda assim, tal centralidade não esgota a necessidade de observação desde sua produção até seus usos, seja na perspectiva imediata do receptor ou na sua presença como objeto de cultura, pois o que importa efetivamente é como o produto circula na sociedade.

O autor chama a atenção para o fato de que “a interação mediática ultrapassa a situação concreta de espaço e tempo em que alguém produz; ou alguém lê (usa) um produto; ou alguém reage a um produto; ou alguém age de tal forma a fazer chegar às instâncias produtoras suas reações” (BRAGA, 2000: 6). Nesse sentido, entende que a interação social no contexto da sociedade de comunicação deve ser percebida como um conjunto de todas essas e outras ações que se desenvolvem em consequência e em torno de mensagens, diferidas no tempo e no espaço. No entanto, deve-se evitar que tal perspectiva ampla de interatividade nos leve a perder de vista a especificidade da interatividade midiática, a exemplo de uma série de pesquisas decorrentes dos estudos de Martín-Barbero que dão mais ênfase aos demais determinantes culturais, ou seja, as mediações culturais, extramediáticas, atribuindo menos importância aos aspectos ligados ao processo comunicativo propriamente dito, cada vez mais mediatizados.

Para Braga, não se trata de recusar a estreita relação entre os processos mediáticos e os culturais, e sim de examinar as interações sociais em torno destes objetos específicos. Quais seriam então as especificidades de uma IM? Uma primeira característica, de acordo com o modelo de interação social mediatizada formulado pelo autor, diz respeito ao fato de que, diferentemente do modelo conversacional, a sociedade contemporânea dispõe de uma produção objetivada e durável, que viabiliza uma comunicação diferida no tempo e no espaço, permitindo a ampliação numérica e a diversificação dos interlocutores.

Como segunda característica, o autor considera que a interatividade midiática deve ser observada no nível amplo e generalizado das interações sociais. Assim, além da relação entre produtor e receptor em torno de um produto, deve-se observar as relações amplas entre um subsistema produtor/produto e um subsistema receptor/produto, permeado pelas mediações de diferentes ordens (culturais, políticas, sociais etc). Afastando-se das acusações de falta de interatividade, de ausência de

retorno e da impossibilidade do receptor intervir no processo de produção, seja de um livro ou de um programa de TV, o mais importante a ser observado são antes “‘pessoas e grupos’ interagindo em torno de ‘produtos’ que possam ser percebidos como disponibilidades sociais” (BRAGA, 2000: 9).

O autor enfatiza que a interatividade midiática não se esgota nas relações entre produtor/produto com receptor/produto, nem exige retorno imediato da relação receptor/produto sobre a relação produtor/produto. Assim, este modelo apregoa que a interatividade diferida e difusa envolve mais que relações diretas e bidirecionais entre produtores e receptores. Nesse âmbito de diferimento/difusão destaca-se o subsistema crítico-interpretativo que, embora seja percebido como um processo à parte, independente dos processos midiáticos é, para o autor, um aparato intrínseco das interações sociais, por ser solicitado como apoio, explicação e desenvolvimento para as possibilidades interativas dos tipos de produto a que se dedicam.

Apontamentos e desafios da metapesquisa sobre a interação midiaticizada

Neste último tópico, cabe traçar algumas considerações e apontamentos sobre as perspectivas interacionais trabalhadas nos textos apresentados à Compós em 2009 e 2010. Não serão apresentados dados estatísticos precisos nem mesmo serão citados autores ou artigos específicos, tendo em vista se tratar de uma investigação em curso.

Embora essa análise preliminar tenha privilegiado as concepções de autores que fundamentam teoricamente este artigo, foram identificadas, nos textos inventariados, contribuições relevantes para ampliar o referencial teórico da metapesquisa, mesmo naqueles em que as IMs não sejam tratadas como questão central. Ressalta-se ainda que a noção de interação não se aplica somente aos ambientes e aparatos técnico-midiáticos, mas também aos diversos espaços e práticas sociais e discursivas, a exemplo das interações nos espaços urbano e público, no consumo, na política, entre outras.

Os artigos foram selecionados a partir de um mapeamento visando o levantamento de aspectos tanto quantitativos quanto qualitativos. Esse mapeamento orientou-se pelo enquadramento da produção acadêmica analisada em quatro tipos de parâmetros⁷, responsáveis por mensurar e qualificar a centralidade e transversalidade do

⁷ Os artigos selecionados para compor o corpus da pesquisa devem estar adequados em um dos seguintes parâmetros: 1 - Adoção de perspectiva teórica e/ou fenômeno de interação midiaticizada com o uso da expressão (interação midiaticizada); 2 - Adoção de uma perspectiva teórica e/ou fenômeno de interação midiaticizada sem o uso da expressão; 3 - Uso da expressão (interação midiaticizada) sem adoção de uma perspectiva teórica e/ou fenômeno de interação

objeto de estudo, assim como sua abordagem conceitual. Além disso, foram contempladas tipologias da interação (lógicas de acionamento da interação, suporte empírico investigado, concepção interacional adotada pelo autor). Por fim, esse modelo de análise também buscou avaliar a natureza do artigo (teórico, empírico ou ambos), destacar passagens relevantes, identificar áreas de interface e levantar, por meio de um glossário, termos utilizados de forma sinônima ou afim ao de IM.

Um apontamento necessário diz respeito à relevância teórica e empírica do tema IM, assim denominada ou não, para os GTs de Comunicação e Cibercultura, Comunicação e Política, Epistemologia da Comunicação e Recepção, Usos e Consumo Midiáticos. O que não significa que textos de outros GTs não abarquem esse objeto de estudo. Entretanto, percebe-se em parte expressiva dos artigos analisados que a noção de IM não traduz um refinamento conceitual, ou uma preocupação epistêmica em explicitar, diferenciar e fundamentar teoricamente os termos que dizem respeito direta ou indiretamente à questão.

A despeito disso, no GT Recepção, Usos e Consumo Midiáticos, a maioria dos artigos apresentados em 2009 aborda o tema como questão central ou transversal, o que revela a vocação desse grupo em se ocupar teórica e metodologicamente com os reordenamentos comunicacionais crescentes nas sociedades contemporâneas. Em tais artigos, a IM é encarada como um processo de produção sociocultural, empreendida por sujeitos em situações diversas de significação, estando eles na condição de produtores e/ou receptores. Alguns deles propõem novos conceitos e abordagens para tratar dos processos emergentes de interação social gerados pela midiatização, desenhando modelos que articulam as gramáticas de produção e recepção a partir de dispositivos circulatórios de sentido, que se entrecruzam interdiscursiva e socialmente nos produtos midiáticos. Já em 2010, determinados artigos deste GT se aproximam da perspectiva de Braga ao chamarem a atenção para o equívoco de se atribuir às novas tecnologias e às redes sociotécnicas um poder de gerar interatividade entre usuários, ignorando assim as possibilidades de interação nas demais mídias.

No GT Comunicação e Cibercultura, a comunicação mediada pela internet/computador é um tema caro aos seus pesquisadores, que encaram a interação no ambiente da web como capaz de propiciar amplas possibilidades de relacionamento que, até então, seriam raras. Ressalta-se, ainda, que as interações são pensadas, nesse GT,

midiatizada; 4 - Apresenta apenas contribuições teóricas para a compreensão do fenômeno das interações midiatizadas a partir de outras perspectivas (filosóficas, sociológicas etc).

tanto entre pessoas dentro do ambiente online, como é o caso das redes sociais, quanto do usuário com softwares. Interatividade é denominação recorrente nos textos apresentados a esse GT para tratar das interações no ambiente da web, mas as perspectivas teóricas são variadas e ancoradas em diferentes áreas de conhecimento. Em face da diversidade de objetos e visadas teóricas, verificou-se certo desequilíbrio em relação às questões abordadas no período. Enquanto em 2009 apenas um artigo abordou a temática da interação na web, já que a maioria focou em diferentes objetos empíricos, em 2010 quatro textos foram selecionados por tratarem de fenômenos que se enquadram na lógica das IMs.

Já o GT Comunicação e Política apresentou cinco textos em 2009 e dois em 2010 que abordam a temática das IMs. A angulação dada pelos autores à questão parte de uma perspectiva teórico-metodológica em sentido particular, isto é, ligada às dinâmicas interacionais que se dão nos espaços midiáticos convencionais e digitais e o inter-agendamento entre eles. Tais espaços são concebidos, por parte expressiva desses textos, como lugares de disputa pela hegemonia do agendamento/enquadramento de questões de interesse político junto à opinião pública. Verifica-se, assim, ênfase dos estudos empíricos sobre suportes técnico-midiáticos, vistos como capazes de gerar novas formas de conexão da política com os cidadãos, além de contribuir para processos de participação e deliberação políticas, indicando que boa parte das demandas políticas contemporâneas passa por um processo simultâneo de midiaticização.

O GT de Epistemologia aborda as interações midiaticizadas a partir de outro lugar de interesse: a viabilidade da prospecção teórica de objetos interacionais de natureza comunicacional. Fica claro que, passados os dez anos de sua fundação, esse GT se firma como lugar privilegiado para se pensar as interações como questão fundante do campo. Indicativo dessa relevância é a presença do tema, de maneira direta ou transversal, sob diferentes bases epistemológicas, em dez dos vinte artigos apresentados.

Vale apontar um problema resultante da disparidade de tratamento que os diferentes autores e GTs conferem ao tema das interações midiaticizadas: a variação imprecisa de distâncias focais de análise que pendulam entre o particular e o universal. Assim, verificam-se tanto perspectivas de interação em sentido largo – processos resultantes de um sistema social complexo – como também uma conotação específica voltada para dinâmicas particulares de um tipo de interação.

Exemplos não raros de certa esquizofrenia conceitual são as reflexões tecidas sobre Comunicação a partir das lógicas do ciberespaço, presentes em trabalhos

distribuídos em vários GTs que, com frequência, utilizam-se dos atributos da rede para qualificar negativamente outras formas de interação. Tal confusão nos faz inferir que a devida demarcação conceitual dos termos mostra-se instrumentalmente necessária, de forma que o sentido lato de interação não seja apropriado à luz dos lugares comuns de uma perspectiva estrita, ou vice-versa, o que reduziria a possibilidade de entendimento dos conceitos e dos próprios fenômenos analisados. Outro indício é a recorrência de estudos em que as abordagens sobre a interatividade ainda se limitam a identificar a possibilidade ou impossibilidade de retorno direto entre os interlocutores da comunicação, ou seja, da interatividade baseada no modelo conversacional aplicada a contextos difusos e diferidos.

Tais aspectos revelam a pouca precisão dos inúmeros termos utilizados para tratar das interações, quais sejam: mediação, apropriação, comunhão, interação simbólica, dinâmicas comunicacionais, pontos de contato, circuito comunicativo, circulação, fluxo comunicativo, entre outros. Sendo assim, o problema não reside na diversidade de termos utilizados na análise dos novos processos de interação mediada, tanto pelas redes sociotécnicas quanto pelas novas e antigas mídias, e sim na ausência de clareza conceitual, ou até de distinções entre termos que embora próximos, não são sinônimos.

Outra tendência refere-se à forte presença dos meios massivos de comunicação na análise de objetos empíricos, denotando assim que os mesmos ainda não perderam status social e acadêmico como objeto de investigação. Ao mesmo tempo, abordagens dos fenômenos nas tecnologias digitais online também ganham destaque tanto pelas mudanças engendradas nas práticas sociomidiáticas quanto pelas possibilidades de gerar novos processos de interação.

Para além do estudo sobre os regimes de interação mediados por aparatos técnicos de naturezas distintas, nota-se um esforço reflexivo com intuito de pensar a comunicação enquanto fenômeno global e processual, ultrapassando o campo midiático, uma vez que, os processos interacionais, embora tenham como referência central a mídia, espraiam-se pela vida social.

Consideração final

Para a metapesquisa em andamento, um dos grandes desafios consiste em precisar um operador de seleção para filtrar o vasto material que trata a mídia enquanto

sistema de interação, isto é, os artigos que abordam as interações midiáticas como questão comunicacional. Certamente, não se pretende atribuir nenhuma falsa rigidez ao conceito, o que implicaria na desconsideração das dinâmicas que, praxiologicamente, fazem das interações uma instância sempre além dos registros de linguagem. Tampouco desenvolver um receituário sobre mídia e interação, mas sim, identificar e qualificar o entendimento sobre as IMs, ou seja, o que é ou não é uma abordagem referente a elas no volumoso material a ser investigado. Afinal, toda mídia é interacional, assim como não há comunicação que se isente de um processo simbólico de trocas.

Referências

BRAGA, José Luiz. Interação e Recepção. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 9. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000. **Anais**. Brasília: Compós, 2000.

_____. Interação & Recepção. In: FAUSTO NETTO, Antônio (org.); HOHLFELDT, Antônio (org.); PRADO, José Luiz A. (org.); PORTO, Sérgio Dayrrel (org.). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001, p.109-136.

_____; CALAZANS, M^a Regina Z. **Comunicação e educação: questões delicadas e interfaces**. São Paulo: Hacker, 2001.

_____. Constituição do Campo da Comunicação. In: FAUSTO NETTO, Antônio (org.); HOHLFELDT, Antônio (org.); PRADO, José Luiz A. (org.); PORTO, Sérgio Dayrrel (org.). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001, p.109-136.

_____. Constituição do Campo da Comunicação. In: **Revista Verso e Reverso**, v. XXV, n. 58: 62-67, janeiro-abril 2011. São Leopoldo: Unisinos, 2011.

_____. Dispositivos Interacionais. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 20. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011. **Anais**. Brasília: Compós, 2011.

FAUSTO NETTO, Antonio. Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 18. Belo Horizonte, 2009. **Anais**. Brasília: Compós, 2000.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. Epistemologia da Comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (org.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2003, p. 55-67.

FRANÇA, Vera V. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM

COMUNICAÇÃO, 10. Brasília: Universidade de Brasília, 2001. **Anais**. Brasília: Compós, 2000.

FRANÇA, Vera V. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD. In: PRIMO, Alex et al. (org.). **Comunicação e Interações**. Livro da Compós 2008. Porto Alegre: Sulina, 2008.

SILVA, Marco. Interatividade: uma mudança fundamental do esquema clássico da comunicação. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 9. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000. **Anais**. Brasília: Compós, 2000.

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

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.