

## O PROBLEMA DA “INTENÇÃO” NOS ESTUDOS DE MÍDIA

Victor Folquening

### RESUMO

*Na contramão de uma abordagem consagrada especialmente pela semi-discursividade, tento recuperar a categoria de “intenção” como elemento-chave da análise. A partir da intenção do ator individual, é possível sugerir assertibilidade, desvios e estratégias nos percursos percorridos pela “mensagem” no bios midiático, especialmente em face aos “contrabandos” necessários para colocar o objeto da intenção em circulação. Para que a metodologia tenha efeito, no entanto, é necessário delimitar precisamente o papel do “contexto” na construção do objeto.*

*Palavras-chave: Circulação – ator individual – intenção – contrabando.*

### ABSTRACT

*Adopting a different perspective of the common meaning taken by the contemporary media researchs, I try to recover the category of "intent" as a key element of the analysis. Since the intent of the individual actor, it is possible to suggest assertibility, strategies and deviations in the paths runned by the "message" in the media bios, especially in the face of "contraband" usefull to move the object of intention into the circulation. For the methodology to take effect, however, it is necessary to define precisely the role of "context" in the construction of the object.*

## INTRODUÇÃO

Podemos descrever o sistema de circulação, na sociedade em processo de midiáticação, como um fenômeno de interação, suportado por uma lógica de transporte de mensagens cujo itinerário pode ser, no máximo, esperado ou “tentado” (Braga, 2010) pelos seus participantes, já que percorre direções e extensões imprevisíveis.

O privilégio da circulação ganha força entre os pesquisadores de Comunicação na mesma medida que se revela uma campo de difícil metodologia, em parte porque a jovem área, durante décadas dominada por uma perspectiva funcionalista, construiu tradição justamente voltada à busca de “previsibilidade”.

O espírito da antecipação ou da explicação *a posteriori* dos fenômenos comunicacionais, fortemente sociológicas nas suas origens, pautou desde as pioneiras pesquisas do Payne Fund, passando por toda a experiência norte-americana do Mass Communication Research, até se amparar exemplarmente na Cibernética e na Teoria matemática (Mattelart, 2004; Lima, 2002; Wolf, 1995; etc.).

O foco nas consequências do fenômeno comunicacional promoveu a eleição dos dois pólos – produção e recepção – como as opções possíveis de referência de pesquisa. A descoberta do “público” como construtor independente das mensagens “disparadas” pelo emissor é, em parte, uma contribuição da perspectiva semiológica, em parte do prestígio que as abordagens antropológicas conquistaram no campo da Comunicação (Ferreira, 2009). Ainda assim, análises de recepção e de discurso, para mencionar dois métodos consagrados, tenderam a generalizar a audiência ou livrar-se de seus interesses manifestos, preferindo mapear processos ideológicos ou psíquicos que animariam a consagração dos significados. Como diz Martino (2010, p. 153):

Algumas teorias, como a de Laswell, descrevem o processo comunicacional acentuando os pólos emissor-receptor; outras, servindo-se de uma escala maior, colocam a recepção como processo de grupo (dois estágios), como intervenção de classes sociais ou de subculturas (estudos culturais), ou tratam o processo comunicacional numa escala macro, envolvendo a sociedade (funcionalismo) e mesmo a diacronia histórica (Escola de Toronto), envolvendo diferentes sociedade e, por conseguinte, a humanidade.

Pesquisas preocupadas com a circulação redefinem a atribuição de status à mensagem. Não se trataria mais de “medir” a eficácia da comunicação ou a reinvenção empreendida pela audiência, mas observar os processos pelos quais a mensagem, suportada por dispositivos sociotécnicos, se expande e se transforma – um *corpus* (dispositivos, objetos) que afeta a sociedade a ponto de transformar suas operações de sociabilidade.

Ainda assim, geralmente os estudos que procuram mapear a circulação dos sentidos elegem as instituições como principais operadores midiáticos, preservando uma tradição de tratar o ator individual como irrelevante, pelo menos quando percebido a partir de suas peculiaridades íntimas. Mesmo quando se compreende o duplo papel da recepção – ela também é produtora de mensagens – o “público” é tratado em escala de generalidade (segmento, gênero, comunidade, etc.).

É provável que tal nível de abstração deixe passar elementos fundamentais para entender um processo midiático que já não pode ser resumido à “comunicação de

massa”. Ferramentas de prática individual, como o twitter e o blog, evidenciam o papel da tomada de decisão do ator individual nas lógicas de circulação, mas as trajetórias de produtos mais convencionais e até mesmo “ultrapassados”, como o disco Long Playing (LP) e as falas públicas independentes da cobertura direta da mídia, já justificariam a atenção às estratégias pessoais.

Fausto Neto lembra que as hipóteses fundadoras das perspectivas funcionalistas da mídia, notadamente as ligadas às pesquisas da Universidade de Columbia (Laswell, Lazarsfeld, Merton, etc.) se apoiavam em uma “teoria das intenções”, de forma que “as audiências e públicos perderam suas materialidades e os entornos de suas especificidades”, ratificando-se “os pressupostos em torno dos quais se nutriria o próprio ato investigativo e de suas respectivas intenções” (Fausto Neto, 2009, p. 3). Mesmo assim, Fausto Neto reconhece que “rastros” dessa ângulo de leitura (os resultados manifestos no público) proporcionam, hoje, elementos fundamentais para uma metodologia voltada à circulação.

Percebemos que as pesquisas “mais próximas da escala do indivíduo podem se servir da observação direta”, enquanto que “aquelas que tendem ao macro recorrem a técnicas indiretas, como estatísticas” (Martino, 2010, p. 154). Há uma óbvia dificuldade que afeta as duas, embora apenas a primeira seja alvo constante de desconfiança: ainda nas palavras de Martino, “objetos como sociedade e humanidade não aparecem diretamente aos sentidos, devem ser observados através de construções teóricas” (p. 154). Ou seja, há uma distância, nos estudos de comunicação, entre aquilo que pode ser observado e as conseqüências teóricas relevantes. “É no plano do comportamento que a comunidade se ‘materializa’, ganha substância e visibilidade, tornando-se passível de tratamento” (idem).

Ao reconhecermos o complexo da midiatização, a premissa da circulação parece promissora, mas a redução da pesquisa à observação dos processos circulatórios pode se tornar mera descrição das afetações tecnosimbólicas. Lidar com as afetações da midiatização implica analisar o contexto, que já é relevante na compreensão das construções das mensagens, mas que se torna, aparentemente, a única forma de observar as conseqüências. Um desafio epistemológico passa a ser suspender, em algum grau, o papel do contexto, sem descolar-se dele, para chegar a proposições teóricas que não sejam arremedos das perspectivas sociológicas, psicológicas, lingüísticas, etc. Como nos mostra Ferreira (2010), o esforço de simplesmente “conciliar” conceitos advindos das ciências sociais nem sempre contribui para o desvelamento do problema próprio da comunicação:

Uns e outros, ao buscarem o acordo, reduzem os dispositivos à técnica e à tecnologia, instrumentos que na análise aparecem subordinados aos códigos, sistemas e estruturas da linguagem e da sociedade e, por isso, têm dificuldade de compreender a midiatização em sua riqueza e complexidade contemporâneas. Já os herdeiros da teoria da informação e da cibernética manifestam a assimilação estratégica, epistemológica e metodológica de tudo (da linguagem e da sociedade) aos códigos e sistemas técnicos e tecnológicos (Ferreira, 2010, p. 5).

Em versão mais longa desse artigo, em que procuro construir as reflexões a partir de uma experiência empírica – a observação das estratégias discursivas relacionadas à circulação de um disco “religioso, nos anos 60 –, sugiro delinear um objeto simples, exigente de um processo de observação” plausível, mas cujo desenho

permita ao pesquisador experimentar percursos da complexidade característica da circulação nessa época de midiaticização da sociedade.

Percebeu-se, nas tentativas de “desentranhamento”, que o objeto próprio da investigação não poderia ser um “produto” ou “evento”, pois ambos são circunscritos ao ambiente contextual (o que nos deixa à mercê daquilo que Jairo Ferreira alerta como perigo parasitário de outros arsenais teóricos, desacoplados dos interesses da Comunicação). Se desejamos, por exemplo, compreender o “acontecimento” de um disco popular extemporaneamente, e já admitimos a limitação de abordagens polares, como produção ou recepção, não parece verossímil construir o objeto a partir da simples representação do produto envolvido. Em outras palavras, os significados consagrados de um disco em circulação, quando lidos a partir de sua assimilação pública, não passam de exercício semiológico de confirmação do *Zeitgeist*; ou, arriscando uma simplificação eventualmente injusta: o contexto domina qualquer leitura a um ponto que o processo da comunicação – a circulação – se torna mero reflexo do ambiente espaço-temporal. Além disso, a eleição de um material empírico formal meramente ilustrativo do problema a ser desafiado leva a um objeto “ortopédico”, “sem alma”, como também diz Ferreira (2011), incapaz de ser desentranhado por causa de sua natureza artificial e estanque.

Então experimentemos mudar o foco: o evento do disco ainda é o fator que nos interessa, pois ele comporta a materialidade da mensagem em movimento. Sem o disco, não há quaisquer dos processos econômicos, técnicos e simbólicos que compõem as engrenagens da circulação. Porém nada adianta “seguí-lo” sem se amparar em metas explícitas que possam servir de parâmetro para iluminar estratégias, inovações, desvios relacionados à mensagem.

Por isso talvez seja essa a oportunidade de valorizar o papel do indivíduo na circulação. Se, acompanhando o raciocínio de Ferreira, Fausto Neto, Braga, entre outros, apontamos a ação individual como um dos diferenciais necessários nas pesquisas contemporâneas sobre comunicação (ainda mais na emergência das novas mídias), é necessário observar elementos extraídos da *pessoalidade* dos envolvidos. Daí a recuperação da variável hoje tão evitada nos estudos sobre comunicação de massa e na análise de discurso: a intenção.

## INTENÇÃO

É bastante razoável duvidar da intenção como elemento relevante do estudo da Comunicação. Em muitos casos, acreditar nela é um exercício de suposição ou fé no discurso dos sujeitos produtores da mensagem. Além disso, já é praticamente consensual, entre os pesquisadores, que o público reconstrói os significados colocados em circulação. Em outras palavras, no momento em que o significante deixa a origem, *não faz diferença* o que o produtor intensionava dizer.

Por outro lado, o reconhecimento da intenção do produtor de certa mensagem, manifesta explicitamente em determinado momento do percurso do objeto, e reforçado por outros discursos, elaborados a partir do produto, pode ser, em primeiro lugar, uma forma de “cercar” o contexto em um ambiente preliminar de pesquisa, respeitando assim, além da circunstância sociológica, uma sofisticada e amplamente testada ferramenta da leitura contemporânea da mídia, a análise de discurso, sem, no entanto, reduzir o problema aos expoentes da linguagem.

Além disso, a relação com o sentido em circulação depende de algum grau de “fé” em certas premissas indiciais, o que é chamado de “contrato de discurso” frequentemente. Roger Silverstone (2005), ao se apropriar de um raciocínio de George Steiner, fala de “confiança” na capacidade que o meio tem de “traduzir” as intenções em

jogo.

Confiança porque, ao desencadear o processo de tradução, identificamos valor no texto de que estamos tratando, valor que queremos compreender, alegar e comunicar para os outros, para os outros. Nesse ato inicial de confiança declaramos nossa crença de que há significado a ser apreendido no texto que estamos abordando e de que esse significado sobreviverá a nossa tradução (p. 35)

Proponho então que o objeto construído deixa de ser o disco, tal qual ele circula, para se tornar **a intenção de determinado envolvido** na produção ou distribuição do disco. A partir dela, talvez consigamos, sem receio, comparar processos de assimilação desde a sua origem, sem desprezar, inclusive, a invariabilidade da marca temporal. Se o disco foi lançado, suponhamos, em 1991, não fica assim tão improvável detectar suas transformações, como mensagem, em face a mudanças de tecnologia e distribuição (ascensão do MP3 como principal mídia, redes *peer-to-peer*, etc.), por exemplo.

Mesmo assim, a intenção é inalienável da ação de comunicar e acreditar na premissa expressa pela própria linguagem (o que uma fala diz é o que ela afirma dizer) pode tornar a categoria inútil como instrumento de análise. O percurso de pesquisa, nesse caso, seria apenas verificar a eficiência da intenção proposta, o que nos devolveria à criticada primeira tradição de investigação norte-americana (como as pesquisas de Laswell anteriores ao trabalho de Lazarsfeld com grupos segmentados, líderes de opinião e os estágios da comunicação), apelidada, muitas vezes pejorativamente, de “administrativa”. Por isso não se trata aqui de simplesmente identificar qualquer intenção, mas um certo tipo que represente pelo menos algum grau de subversão em relação à previsibilidade expressa no sistema – especialmente porque o ator individual não goza do privilégio institucional; se ele representa a si mesmo na ambiência da circulação, suas inferências não são automáticas como são as promovidas pelas instituições, situação que é uma simples evidência das relações de poder.

Nossas primeiras investigações, nesse sentido, apontam para uma peculiaridade na ação individual: sem o poder institucional garantido, o homem ou mulher disposto a colocar em circulação determinada mensagem nem sempre é “convidado” ou encontra espaço efetivo para expressão, seja por fronteiras delimitadas pelas instituições, seja pela estratégia discursiva mais complexa escolhida. Então ele aproveita correntes de circulação paralela e “contrabandeia” as mensagens de seu interesse.

Por fim, é preciso ressaltar, quanto a tentativa de conceitualização, que reconhecer a intenção manifesta não significa dizer que os sujeitos discursam objetivamente quanto às preferências de significado de suas mensagens, ainda mais, naturalmente, nas condições de “contrabando”. Defendo aqui, como veremos mais tarde, que uma solução possível para o problema do contexto na análise do produto comunicacional pode ser manejado a partir de abduções sobre discursos cruzados que iluminam, pelas características históricas envolvidas, o momento inicial da circulação.

## CONTRABANDO RELIGIOSO

Preliminarmente, a pesquisa progenitora dessa reflexão se serve de uma coleção – falas públicas, disco, respostas em blogs, mensagens em entrevistas e eventos esportivos, etc. – em que o invariável, nos parece, é o “contrabando”. A escolha pelo campo da religião como interface se dá pelo fato de que as ações religiosas obedecem a protocolos e estratégias que já existiam muito antes do advento da midiatização (por

mais alternativas ou confusas que sejam essas ações, desde que invoquem o âmbito “Superior”) e, por isso, podem servir como objeto contrastante de ocupação dos espaços simbólicos.

O percurso até essa variável parece um exemplo de como a dialética ascendência-descendência trabalha para a construção dos objetos de pesquisa, o que representa outro esforço: superar a armadilha lógica de se privilegiar um movimento ou outro na conquista do observável [como conclama Jairo Ferreira em 2009 e 2010d (anexo II), com seu modelo de construção triádica]. O contrabando foi percebido quando, munido do referencial teórico que iluminaria o processo, os observáveis – privilegiados desde o início como fonte de revelação de seus próprios mecanismos (Gomes, 2010) – mudaram de angulação: a observação superou hipóteses iniciais, forjadas na superfície dos objetos (a manifestação religiosa) para se vincularem ao que parece ser um elemento distinto da Comunicação (ou dos dispositivos comunicacionais). Se o início do processo seguia uma empenhada lógica descendente (materiais emergindo e, com eles, categorias, índices e hipóteses), é justo admitir que novos aportes teóricos ascenderam sobre a manipulação dos dados. Por isso, embora o contexto se apresente como recurso inicial dessa reflexão, ele tomou parte do processo apenas como requisição ulterior de compreensão do observável. Dessa forma, tentamos, em alguma medida, atender à solicitação de superar “a tendência muito forte na área a começar com os contextos (culturais, econômicos e políticos), os quais, assim, aprisionam o objeto comunicacional” (Ferreira, 2011, p. 8).

Dito isso, voltemos ao contrabando: há dois níveis de “transporte” dos significados, o primeiro largamente difundido através da ideologia – ou, para usar uma expressão menos dramática, do “costume”. Na relação música/religião, por exemplo, são típicos os usos de expressões como “Oh, Lord” ou “Jesus” no âmbito de canções românticas ou de protesto. Nestes casos, podemos atribuir facilmente o contrabando ao atravessamento histórico da religião – especialmente o cristianismo – no imaginário das comunidades que compartilham estes produtos culturais. Em outras palavras, nem sempre essas referências são produzidas ou recebidas (tentativamente) como propaganda ou reafirmação do cristianismo. “Apenas” se servem de tais conectores como operadores de sentidos comungados pelos indivíduos. Quanto digo “Oh, Lord”, crente ou não, intuo uma expressão de exaltação, súplica ou intensidade, conforme o contexto.

O desafio de pesquisa aqui é tentar desentranhar os vetores de circulação nas diversas fases de elaboração (simbólica, inclusive) do objeto (no caso, um disco), principalmente no que se refere às estratégias discursivas do músico, manipulador de elementos diversos para dar forma e espaço para sua obra. A relevância do contexto para a afirmação da faceta “espiritual” pode explicar parte da “explosão” da proposta, mas não a longevidade.

Nossa hipótese de partida é que o contrabando consciente do artista para dentro do sistema de circulação do disco é um complexo dispositivo para garantir alguma previsibilidade.

Percebe-se, como desafio amplo, que a complexidade dos elementos envolvidos na pesquisa requer, como diz Ferreira (2010a, p. 4), um esforço de superação de pelo menos três quase-constantes das ciências sociais: a epistemologia dos objetos separados, a investigação que distingue produção e consumo e os métodos dedutivos.

## **CIRCUITO OU HORIZONTE**

Se respeitamos a suposição de que produtor e consumidor se fundem em um

único papel para a consagração dos significados em circulação, precisamos superar ou aprimorar alguns elementos fundamentais do reconhecimento dos objetos na economia simbólica do mundo. A primeira delas é o papel que as relações tradicionais de poder exercem sobre a circulação. Em uma perspectiva marxista, a “classe dominante” controla a sociedade não porque é dona dos meios de produção, mas porque, ao se apropriar das estruturas, tem privilégio de comandar os sentidos preferenciais em circulação. O dono de uma empresa raramente faz uma enquete entre os funcionários para determinar a cor das paredes ou menos ainda sugere que todos tragam sua tinta de preferência para colorir o espaço onde trabalham. Quanto maior e mais impactante na paisagem urbana, e quanto melhor sucedida for a empresa, mais a cor a ela associada será percebida como analogia dos seus triunfos.

Evidentemente, as transformações da economia, o papel dos agentes independentes e dos intelectuais, as políticas públicas, as tecnologias, a expansão dos mercados e a decadência do sistema de administração familiar modificaram e/ou tornaram muito mais complexos os meandros da produção de significados. Atores individuais, mesmo aliados das qualidades que outrora favoreciam a notoriedade, ganham espaço e colhem a repercussão de suas produções de maneira cada vez mais visível.

Há um risco sentimentalista de descrever as improváveis conquistas de certos anônimos e solitários usuários das redes comunicativas simplesmente como um feito pessoal. Isso seria adequar as circunstâncias ao roteiro da “jornada do herói”, à maneira de Campbell, o que não explica satisfatoriamente os processos pelos quais o produto cultural ganha importância e perenidade. Por isso, antes de chegar ao papel do ator individual na circulação (o que é apenas parte do processo, referência útil basicamente como referência), é preciso suspendê-lo. Ou seja, separar, destacar e descrever as engrenagens da circulação para, em seguida, mesclá-las em um mesmo panorama: reconhecer o circuito para transformá-lo em horizonte.

Quais são os atores no jogo? De forma grosseira, no exemplo de um disco, podemos eleger o artista, a gravadora da qual era contratado, as emissoras de rádio (imprescindíveis para a sorte de uma gravação nos anos 60), a imprensa (personificada pelos críticos), as lojas de LPs e o público.

Entre os atores externos, os críticos desempenham papel eventualmente mais conflitante (ou legitimador) com os interesses manifesto dos músicos. O público, por sua vez, se apropria de formas diversas do empreendimento. Duas implicações geralmente são mais relevantes: a radicalização da proposta ética (ou discursiva, no sentido quase literal) e a radicalização da proposta estética. Para a segunda, é interessante notar o papel das lojas de discos e das resenhas ao longo dos anos seguintes a cada lançamento: a rotulação nas prateleiras e a divisão de gêneros tão cara à distribuição dos produtos culturais na vida moderna.

\*\*

Temos aí, nos últimos parágrafos, o que poderia representar um circuito tradicional de circulação do produto, supondo que músico é o produtor, as cadeias subsequentes são o meio e o público, o receptor. Mas é preciso reconhecer que tal encadeamento só seria útil se aceitássemos uma premissa inicial de que o disco é determinado fenômeno explícito, que ele se fecha em um significado consensual, e sua eficácia comunicacional seria determinada pelas adesões (traduzidas em “compreensão da mensagem”) expressas pela audiência. No entanto, esse conforto metodológico não explicaria as contradições, os desvios e nem mesmo o reconhecimento público do LP. O significado da obra, portanto, não é dado em nenhum momento particular da circulação

– nem mesmo nos discursos do músico e dos especialistas –, mas se transforma conforme é usado no processo.

Se optarmos por não construir uma ordem na observação das “fases” de circulação do disco, percebemos que os discursos em jogo não formam um circuito, mas um panorama, um horizonte de construção das mensagens. A apreensão dos sentidos em circulação independe de ordem cronológica ou posição social dos atores envolvidos. O signo se constrói no cruzamento das grandezas – atores, intuições, contextos – dispostas no tecido de existência do objeto.

## OS CONTEXTOS

A suspensão do “contexto” como dado de pesquisa na Comunicação é uma tarefa cuja execução representa constantes pontos de contradição. Suspender talvez signifique reconhecer o contexto para desmobilizá-lo – e não simplesmente refutá-lo.

Vejamos: a ambição aqui é recorrer a material empírico contextualizado como esforço para desentranhar o objeto comunicacional. No caminho, procuramos mapear o papel de cada ator no processo de circulação. Algumas das informações destacadas são suportes de compreensão, outras apontam para os dispositivos pertinentes (disco, gravadora, rádio, críticas e resenhas, targets em lojas e veículos de comunicação).

É o dispositivo que transfere o complexo emaranhado de dados para um ambiente comunicacional. É preciso admitir, por exemplo, que o transbordamento dos protocolos exigidos pelos dispositivos inclui, inclusive, o fato de que os músicos e a audiência contavam com a informação de que LP tinha dois lados e que um deles deveria ser ouvido primeiro que o outro – o que pode levar o músico a escolher a disposição das partes da peça musical de forma a criar uma narrativa, ainda que esta só possa ser *intuída* pelo público. Por se tratar de uma obra celebrada como *landmark*, críticos, biógrafos e escritores se dedicaram a recompor, analisar, especular sobre a “história” que estaria sendo contada pela obra.

Parece-me, então, que o vínculo do contexto com a visada sociológica ocorre quando a construção do objeto é erguida plenamente sobre que o chamarei aqui de “contexto maior”: o ambiente político, econômico e cultural que anima as ações determinadas no tempo e espaço. Por outro lado, não se pode desprezá-lo, sob o risco de reduzir o critério da “intenção” à suposta constatação de algum subjetivismo. Tal contexto, no entanto, deve permitir abduções fundamentais para a eleição dos dados que movem os mecanismos do observável.

## CONCLUSÃO

Podemos interpretar a intenção do artista estudado, naquele momento hipoteticamente envolvido com questões espirituais, como um convite ao desfrute estético, um “apontamento” de certas direções metafísicas que teriam impacto na qualidade de seu trabalho. Mas não há dúvidas, pelos contextos analisados extemporaneamente, que tal intenção reverberou ao longo da consagração pública do álbum. O músico não manifestou, pelo que temos em registro, quaisquer previsões sobre a longevidade da mensagem cristã, contrabandeada para um sistema organizado em função do jazz de vanguarda (onde foi alocada pelos críticos), mas explicitou a sua própria intenção de manter-se fiel ao espírito devoto de sua música. Tal comprometimento público transforma a própria personalidade pública do músico em dispositivo, de modo que não podemos negar o “exemplo” como fonte de retorno para sua mensagem.

Se usamos, enfim, a “intenção” como interface, perceberemos que as hipóteses

levantadas na ordem da pesquisa serão variáveis conforme os elementos distribuidores dos dados que configuram o objeto. Nesse panorama vislumbrado a partir dos contextos, há a possibilidade de se deslocar a intenção em qualquer ponto da circulação – ressalte-se que a experiência demonstrada nesse ensaio se resume a poucos dados que escapem dos momentos próximos ao lançamento do disco. A própria percepção (hipótese) de que há uma longevidade da mensagem preferida pelo artista é resultado de abdução revelada em horizonte bem mais amplo, aquele que inclui a distensão no tempo e a incorporação de novas tecnologias de reprodução daquela música.

A eleição dos dados se desprende, portanto, da função contextualizadora para assim servir de contraste aos percursos do objeto. No ambiente da circulação, os significados consagrados pelo uso do objeto não são necessariamente recolhidos em eventuais análises de recepção ou de discurso. Eles se mostram como superfície evidente do processo.

No entanto, esse esforço serve como ponto de partida para o desentranhamento do objeto próprio da Comunicação – e certamente ele não se materializa apenas na identificação dos elementos móveis em circulação. As interfaces objetos outros/contextos/intenção representam movimentos geradores contínuos de novas hipóteses, estimuladores de processos abduativos e horizontes de pesquisa minimamente ancorados em uma reflexão autêntica do campo da Comunicação – neste caso, reflexão que defende, principalmente, o papel do indivíduo nas lógicas de circulação.

## REFERÊNCIAS

- BRAGA, J. L. A sociedade enfrenta a sua mídia. SP: Paulus, 2006.
- BRAGA, J. L. Experiência Estética & Mediatização. Proposições apresentadas no II Simpósio Internacional de Comunicação e Experiência Estética, realizada na UFMG. Inédito.
- BRAGA, J. L. Mediatização como processo interacional de referência. In: Médola, Ana Sílvia; Araújo, Denize Correa e Bruno, Fernanda (orgs.). Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática, p. 141-167. Porto Alegre, Sulina, 2007.
- BRAGA, J. L. Nem rara, nem ausente – tentativa. Artigo apresentado à Compós, PUCRJ, 2010.
- FAUSTO NETO, A. A circulação além das bordas. Paper. Apresentado no colóquio “Mediatización, sociedad y sentido”. Convênio Capes/Myncr. Universidade Nacional de Rosário, Argentina, 2010.
- FAUSTO NETO, A. As bordas da circulação... Primeira versão de artigo apresentado no GT Estudos de Recepção do XVIII Encontro da Compós, PUC-MG, Belo Horizonte, junho de 2009a.
- FAUSTO NETO, A. Enunciação mediática e suas “zonas de pregnância”. IN: VELÁZQUEZ, Teresa. Fronteiras. Buenos Aires: La Crujia, 2009b.
- FAUSTO NETO, A. Mediatização: prática social, prática de sentido. Paper - IECO - Universidade Nacional da Colômbia /Unisinos.PPGCC/ São Leopoldo/ Bogotá, 2005.
- FERREIRA, J. Dos objetos separados à circulação midiática como questão comunicacional. Texto para uso em aula. Unisinos, 2010a.
- FERREIRA, J. Espaço crítico no jornalismo: para além da indústria, do intelectual e

do consumo polêmico. Unisinos, 2010b.

FERREIRA, J. Exploração sobre construções de hipóteses. RJ: Compós, 2010c.

FERREIRA, J. Hipóteses sobre a abdução na meada das argumentações: análise de uma investigação em curso. Texto de reflexão sobre pesquisa. Capes/Procad, 2009.

FERREIRA, J. O método como valor de trocas nas ciências sociais. In: FERREIRA, J. e outros. Estudos de Comunicação – Transversalidades epistemológicas. SL: Editora Unisinos, 2010d.

FERREIRA, J. O objeto empírico e o objeto construído. Texto preparatório ao seminário Dinter/Unisinos/UFPI, inédito, em elaboração, 2011.

GOMES, P. G. A midiatização no processo social. In: GOMES, P. G. . Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

GOMES, P. G. Fenomenologia da midiatização. In: FERREIRA, J. e outros. Estudos de Comunicação – Transversalidades epistemológicas. SL: Editora Unisinos, 2010.

LIMA, L. C. Teorias da cultura de massa. RJ: Paz e Terra, 2002.

MATTELART, A. & M. Pensar as mídias. SP: Loyola, 2004.

SILVERSTONE, R. Por que estudar a mídia? SP: Loyola, 2005.

WOLF, M. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1995.

GIDDENS, A. As consequências da modernidade. SP: Unesp, 2005.

#### **BIO:**

Victor Folquening é jornalista, professor-pesquisador das Faculdades Integradas do Brasil (UniBrasil) e doutorando (bolsista Capes) em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Autor de “O Jornalismo é um Humanismo” (Pós-Escrito, 2002), pesquisa atualmente estratégias discursivas de atores religiosos em face da midiatização da sociedade. [vicfolken@yahoo.com.br](mailto:vicfolken@yahoo.com.br) / [www.contrabandonamidia.blogspot.com](http://www.contrabandonamidia.blogspot.com) e @Victorfolq.