

Midiatização e Sociedade Digital – A emancipação do receptor-cidadão¹

Kárita Emanuelle Ribeiro Sena²
Caroline Kraus Luvizotto³

Resumo: Convergindo diferentes campos de pesquisa, o presente artigo propõe articulações de perspectivas teóricas distintas no que concerne à visão de emancipação socio-histórico-cultural do sujeito participante do processo comunicacional no polo de recepção. Para além da visão tecno-funcionalista da comunicação, caldeamos neste espaço possibilidades de como as teorias da Midiatização e da Sociedade Digital podem convergir quanto ao entendimento de um processo complexo e não dualista da comunicação. Receptor, cidadão e usuário são o sujeito de uma trama miscigenada, visto sob angulações diversas, mas sob a mesma lente que os enxerga no papel de participante ativo, coprodutor e agente do processo comunicacional em que está inserido. Uma compreensão que pode contribuir não só para o entendimento de fenômenos sócio-culturais contemporâneos, bem como para a própria constituição da democracia.

Palavras-chave: Midiatização. Sociedade Digital. Receptor. Cidadania.

INTRODUÇÃO

Na perspectiva teórica de uma sociedade midiaticizada, a visão da comunicação extrapola os polos de produção e recepção, que se misturam e retroalimentam judiciados a um sistema de resposta social, tal qual postulado por Braga (2006). Com o desenvolvimento de uma sociedade digital, inserida em um modelo inovador de interação e convivência em rede, o receptor é tampouco visto como “alvo” de uma comunicação elaborada por um único emissor, mas sim, como parte integrante de um processo complexo e difuso de troca e interlocução, muitas vezes instantânea.

¹ Artigo enviado para o

² Doutoranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP/Bauri). Mestre em Estudos de Linguagens pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). É membro do grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo - Ciberjor, da UFMS e do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais - ComMov, da UNESP. Tem graduação em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). E-mail: karitaemanuelle@yahoo.com.br.

³ Socióloga. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Docente permanente do Programa de pós-graduação em Comunicação da Unesp. Líder Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais - ComMov. E-mail: caroline@faac.unesp.br.

Dessa forma, entendemos que, sob diferentes perspectivas e em campos distintos, podemos encontrar imbricações teóricas que compreendem o processo comunicacional para além da visão tecnicista e funcionalista que perdurou durante muito tempo no campo científico de estudos de comunicação.

Tal visão, baseada em um modelo instrumental, embora não corresponda à unanimidade do pensamento comunicacional ao longo da história de pesquisas nessa área, preponderou e orienta parte dos estudos até hoje. O que pretendemos mostrar, ainda que não de forma aprofundada, é que é possível identificar perspectivas contemporâneas destoantes desse chaveamento e que podem ser inter-relacionadas.

Introdutoriamente, no entanto, como o conhecimento não se dá por saltos, mas de forma processual e cumulativa, tal qual acreditamos, apresentamos a seguir algumas correntes teóricas que “nadaram contra” o entendimento dualista da comunicação, em contraponto aos desenvolvimentos decorrentes de ideias como da Agulha Hipodérmica e da Teoria Matemática da Comunicação⁴.

Muitos poderiam ser os autores a serem citados neste momento, porém, optamos por lembrar Rancière, e sua obra “O espectador emancipado”. Nela, o autor destaca a importância de se enxergar a figura para a qual se voltam as produções culturais como um sujeito ativo, capaz de criar e co-criar em torno da mensagem que lhe é direcionada.

Ser espectador não é condição passiva que deveríamos converter em atividade. É nossa situação normal. Aprendemos e ensinamos, agimos e conhecemos também como espectadores que relacionam a todo instante o que veem ao que viram e disseram, fizeram e sonharam. (RANCIÈRE, 2012, p. 21)

Com o objetivo de contribuir com articulações teóricas que, embora em bases distintas, compreendem a comunicação enquanto fenômeno social no qual emissor e receptor assumem papéis que não são unívocos, e onde a produção de sentidos pode se dar a partir das diversas apropriações elaboradas em um processo plural é que apresentamos a seguir um apanhado resumido do que pesquisadores dos temas Midiatização e Sociedade Digital formulam nesse sentido. O presente artigo propõe articulações de perspectivas teóricas distintas no que concerne à visão de emancipação socio-histórico-cultural do sujeito participante do processo

⁴ Teoria criada por Claude Shannon, em 1949, após a publicação do livro “A Teoria Matemática da Comunicação”, que consistia em uma visão linear da comunicação, entendida como processo de transmissão de informação, apresentada em um “sistema geral da comunicação”.

comunicacional no polo de recepção. Ressalvamos a possibilidade natural de divergências endógenas nessas perspectivas teóricas no que respeita à visão que apresentaremos, porém nos ateremos a compreensão que consideramos majoritária nesses estudos.

1. Miatização e recepção

O termo miatização não é novo, mas é usado em diferentes momentos e contextos com interpretações igualmente distintas. Pesquisadores da Universidade de Unisinos, em Porto Alegre, propuseram uma sistematização acerca da expressão “Miatização” que vem servindo como base para muitos estudos recentes no Brasil, América Latina e mesmo outros países. Um conceito, no entanto, ainda em construção.

Sob essa perspectiva, a sociedade miatizada não é uma sociedade homogeneizada perante a Mídia, passiva e refém, como foi largamente considerado por estudiosos como a “sociedade dos meios”. Há, isto sim, uma interação, cada vez mais diversificada entre sociedade e mídia, que não é mais considerada como um “corpo estranho” que se coloca em situação de oposição ao corpo social.

Um dos expoentes dessa nova epistemologia nos estudos da Comunicação, o professor José Luiz Braga, juntamente com outros pesquisadores da linha de Pesquisa Miatização e processos sociais, como o professor Fausto Neto, propõem um conceito que extrapola a visão técnica da Comunicação e que a entende como um processo circular e complexo.

Fausto Neto e Valdetaro (2010, p. 4) dizem que “as ‘massas’ foram os primeiros candidatos a ‘interlocutores’ das mídias”, a partir de um paradigma funcional com ênfase nas capturas de audiências. Apesar do contraponto da teoria da Miatização, que encara um receptor que “existe” e “age” (FAUSTO NETO; VALDETTARO, 2010, p. 4), o entendimento instrumental ainda não foi superado e a visão de uma comunicação telegráfica ainda persiste no senso comum. É o que afirma Braga:

Entretanto, continua estranhamente presente na percepção de senso comum: emissores e receptores (mesmo quando, em situações de “interatividade”, possam trocar seus papéis) parecem responder, separadamente ou em conjunto, por todos os processos midiáticos existentes na sociedade. (BRAGA, 2006, p. 21)

O autor explica que no dualismo criado entre mídia e sociedade, a primeira “assume o papel ‘ativo’ de geradora de mensagens”, enquanto a segunda, “na melhor das hipóteses,

enfrenta ativamente aquelas interferências, mas sempre na posição de ‘recedora’ (BRAGA, 2006, p. 22). Essa perspectiva alça o crítico, pesquisador, estudioso da mídia a uma posição invejável de detentor exclusivo do conhecimento acerca das transações entre as duas esferas. No prefácio de “A Sociedade enfrenta a sua mídia”, Paulo Vaz, aponta que essa crença deixava o intelectual em um lugar confortável.

A teoria da recepção já tinha convocado os intelectuais à modéstia ao supor um receptor ativo; contudo, dois passos a mais eram necessários: abandonar o privilégio do pré-midiático como possibilidade de resistência e supor que há diversos lares sociais de crítica de mídia” (VAZ *apud* BRAGA, 2006, p. 16)

Com o desenvolvimento de novas pesquisas, escopos teóricos contemporâneos tendem a enxergar o esquema emissão-recepção-mensagem de maneira mais complexa. “(...) as mídias passam a ser situadas em uma problemática mais complexa, a dos campos sociais, ambiente nos quais dividiam as cenas das interações” (FAUSTO NETO; VALDETTARO, 2010, p. 4). Braga (2006, p. 22), propõe então “(...) uma perspectiva redirecionadora, contrapondo à visão informacional (unidirecional), uma posição decididamente comunicacional”.

Um dos conceitos propostos pela Mídiação é a ideia de “circulação”: “O sistema de circulação interacional é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia” (BRAGA, 2006, p. 29). O autor refere-se a uma circulação pós-recepção e que não está relacionada com a circulação física do conteúdo midiático. “Nesse tipo de circulação que nos interessa é que vamos encontrar o que a sociedade faz com sua mídia: é, portanto, uma resposta” (idem).

Para Fausto Neto e Valdetaro (2010), o que se chama de “nova arquitetura comunicacional midiática”, que envolve novas relações entre produtores e receptores de mensagens, deve considerar as transformações havidas no âmbito da circulação.

Dessa forma, para além das teorias instrumentais e tecnicista, a Mídiação entende o processo comunicacional como algo complexo e amplo, que não se limita à transmissão e se estende pós-recepção em um “sistema de resposta social”.

Com a proposta de um terceiro sistema de processos midiáticos, assinalamos mais uma contraposição às relações “simples” entre produto e usuário. A sociedade se organiza para tratar a própria mídia, desenvolvendo dispositivos sociais, com diferentes graus de institucionalização, que dão consistência, perfil e continuidade a determinados modos de tratamento, disponibilizando e fazendo circular esses modos no contexto social. A própria interação com o

produto circula, faz rever, gera processos interpretativos. (BRAGA, 2006, p.36)

É preciso deixar claro, no entanto, que uma recepção ativa não quer dizer, necessariamente, uma recepção crítica. Braga destaca que uma recepção ativa é correlata à existência de “dispositivos de interação social vigorosos – nos dois sentidos, de enfrentamento interpretativo e de forte presença social”. Segundo o autor, “constatar uma articulação sistêmica entre ações interacionais de sociedade e produção midiática não corresponde a afirmar ‘equilíbrio’, menos ainda equilíbrio estável” (BRAGA, 2006, p. 42).

Embora a tecnologia não seja a promotora fundamental da midiaticização, tampouco da recepção ativa, pois é evidenciada a participação e a interação social sobre a mídia que não se restringe à tecnologia, acreditamos que esta pode contribuir para o processo de midiaticização de uma sociedade, se vista não como um aparato, apenas, mas a partir de seus usos sociais.

De acordo com Barros “a sociedade contemporânea está estruturada em uma lógica midiática que dá sustentação à consciência e à construção de identidades do indivíduo e do grupo” (BARROS, 2012, p. 85). Segundo Fausto Neto e Valdettaro (2010) estamos em um momento de transição, vivendo em uma sociedade “em vias de midiaticização”.

O limiar das transformações da ‘sociedade dos meios’ para uma ‘sociedade em vias de midiaticização’ gera novas estruturas e dinâmicos feixes de relações entre produtores e receptores de discursos. Na ‘sociedade dos meios’ os estudos sobre a recepção mostram que o receptor faz tantas coisas outras, distintas daquelas que são estimadas pelos produtores. Na ‘sociedade em vias de midiaticização’ o receptor é re-situado em outros papéis na própria arquitetura comunicacional emergente”. (FAUSTO NETO; VALDETTARO, 2010, p. 6)

Braga lembra que as novas tecnologias impactaram no sentido de que setores “não-midiáticos” passaram a contar com possibilidades mais amplas de midiaticização. O autor defende que não basta a tecnologia por si, é preciso que se desenvolvam “invenções sociais de direcionamento interacional”. “Dispositivos interacionais não se restringe à questão tecnológica, ao aparato, mas a matrizes sociais que estão sendo elaboradas. Às inovações tecnológicas a que se somar a ‘invenção social’ que dá sentido à tecnologia” (BRAGA, 2012, p. 50).

O autor cita o Youtube e o Twitter, plataformas que não foram concebidos originalmente para os usos para os quais foram apropriados pela sociedade. O mesmo ocorreu com o rádio,

criado para interações ponto a ponto, tal qual o telégrafo, porém, seus usos sociais foram ampliados no sentido interacional (BRAGA, 2012, p. 37).

Dessa forma, propondo conceitos de inteligência coletiva, interação e interatividade, um sistema de comunicação “todos para todos”, no qual o polo emissor é desterrado por polos emissores-receptores, simultânea e instantaneamente, as teorias que estudam os cibermeios em um contexto de Sociedade Digital apresentam articulações importantes com a ideia de mediação proposta por Braga e outros pesquisadores.

2. A Sociedade Digital e o usuário emancipado

Com a emergência das novas tecnologias da informação, mais precisamente com as redes de comunicação global e instantânea, um novo modelo comunicacional veio à tona. Castells (2016, p. 414) compara a transformação tecnológica atual à criação do alfabeto 2700 anos atrás: “O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura”.

Tais transformações tecnológicas forjaram um novo modelo social que, retroalimentando esse “sistema”, propõe, por sua vez, novas tecnologias. Um esquema em que as interações sociais estão permeadas por redes digitais, que permitem conexões locais e globais, com diluição de fronteiras físicas, mas também com impactos culturais antes não vistos. Uma “sociedade digital”, com novas formas de relações e comportamentos humanos, convergente, conectada, híbrida, que tem se apropriado das possibilidades inovadoras propiciadas pelo ambiente digital, desbancando ou ressignificando a visão instrumental do que seria um termo matemático.

Mello (2010) explica que em muitos países o conceito ainda é ligado a uma concepção técnica do que é “digital” e que no Brasil não é diferente, apesar de citar exceções como Berta Sichel, que ainda na década de 1980 refere-se ao termo “Sociedade Digital” como uma “sociedade da informação” ou “sociedade do conhecimento” e que a digitalização da sociedade seria um processo irreversível. Para Mello, estamos no “limiar dessa sociedade”, devido às “ilhas analógicas” existentes no país com “populações analfabetas do ponto de vista democrático”, para as quais a transformação não se dará “por obra e graça da tecnologia”.

De acordo com Luvizotto e Carniel (2013), Castells (2006, p. 108-109) sugere que esse novo paradigma possui algumas características fundamentais: “a informação é sua matéria-prima, os efeitos das novas tecnologias têm alta penetrabilidade, predomínio da lógica de redes, flexibilidade, crescente convergência de tecnologias”. O autor destaca que não podemos negar a forte influência da informação no paradigma dessa sociedade; contudo, outras sociedades em outros momentos de troca de paradigmas também se fizeram valer dessa relação entre tecnologia e informação, mas de outras maneiras.

A nova forma de agir e de viver na sociedade digital foi denominada por Pierre Levy (1999) como Cibercultura. Para o autor, o termo “especifica o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17). Já por Ciberespaço o autor entende não só “o novo meio de comunicação digital”, mas também o “universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (idem). Ou, ainda:

Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos o conjunto de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. (Lévy, 1999, p. 92)

Luvizotto e Carniel (2013) indicam que na sociedade proposta por Lévy (1999), em que as tecnologias informáticas funcionam como mola propulsora, os conceitos de cibercultura, ciberespaço e inteligência coletiva são recorrentes e podem ser considerados como características da sociedade da informação.

A Cibercultura permitiu que o processo comunicacional fosse flexibilizado, amplificado, expandido. Isso não quer dizer que inaugurou o formato bidirecional, ou mesmo multidirecional da comunicação, posto que, conforme defendemos até aqui, a comunicação unidirecional nunca existiu. Porém, o potencial da rede promoveu uma abertura estratégica no modelo, que pode ainda ser modificado e transformado, pelas novas formas de apropriação criadas pela sociedade em rede.

Pautando-se nos conceitos de ciberespaço e cibercultura, Lévy (1999) apresenta ainda o conceito de inteligência coletiva. Pode-se afirmar que a inteligência coletiva é um conjunto de

funções cognitivas, como a memória, a percepção e o aprendizado compartilhado mutuamente entre sujeitos, instituições, enfim, comunidades diversas. Destaca-se aqui que esse conjunto de cognições pode ser ampliado à medida que se utiliza de aparatos tecnológicos e externos aos seres humanos, como as tecnologias da informação e comunicação e principalmente a internet, que permite a comunicação em rede.

Braga (2006) avisa que não crê que as redes inauguraram o formato descentralizado, mas reconhece seu papel de incremento nesse modelo.

Discordamos da perspectiva de que só agora, com as redes informatizadas, verdadeiros processos bidirecionais ocorrem. Ao invés disso, desde as primeiras interações midiáticas, a sociedade age e produz não só com os meios de comunicação, ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social. (Braga, 2006, p. 22)

Embora não defenda que a comunicação tenha sido até a emergência das redes um processo de alienação a consumidores passivos, Lévy (1999) aposta que o ciberespaço criou oportunidades inéditas e surpreendentes que estão transformando definitivamente o modelo de comunicação predominante até então.

De fato, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é passivo. Mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho. (LÉVY, 1999, p. 63)

Da mesma forma, Castells (2016) lembra que embora possa parecer puro senso comum, a concepção de que não existe *per se* uma “cultura de massa” abala a teoria da crítica social.

Constitui uma das ironias da história intelectual o fato de serem precisamente aqueles pensadores que defendem a mudança social ou que, com frequência, veem as pessoas como receptáculos passivos de manipulação ideológica, na verdade inibindo as ideias de movimentos e mudanças sociais, exceto sob o modo de eventos excepcionais singulares gerados fora do sistema social. Se as pessoas tiverem algum nível de autonomia para organizar e decidir seu comportamento, as mensagens enviadas pela mídia deverão interagir com seus receptores e, assim, o conceito de mídia de massa refere-se a um sistema tecnológico, não a uma forma de cultura, a cultura de massa. (CASTELLS, 2016, p. 420).

No entanto, esse reconhecimento não implica na aceitação de um sistema neutro, assim como a própria teoria da Mídia alerta. Castells (2016, p. 420) lembra que os efeitos da

mídia não são desprezíveis, nem os meios de comunicação são instituições neutras. “Suas mensagens, explícitas ou subliminares, são trabalhadas, processadas por indivíduos localizados em contextos sociais específicos, dessa forma modificando o efeito pretendido pela mensagem”.

Pierre Lévy apresentou, ainda no final da década de 1990, uma sistematização dos meios de comunicação no que concerne à forma de transmissão da mensagem. É o que ele chama de “dispositivo comunicacional”, que designa a relação entre os participantes da comunicação. “Podemos distinguir três grandes categorias de dispositivos comunicacionais: um-todos, um-um e todos-todos” (LÉVY, 1999, p. 12). Nesse entendimento, o ciberespaço faz emergir o modelo “todos-todos”.

Para o autor, o que temos é um dispositivo original, que “permite que comunidades constituam de forma progressiva e de maneira cooperativa um texto comum (dispositivo todos-todos)” (Lévy, 1999, p. 63). Segundo Lévy, o modelo “todo para todos” afeta não só a produção de sentido por parte da recepção como propicia uma “obra aberta” tal qual enunciada por Umberto Eco.

Neste caso, a Cibercultura permite à recepção a co-construção da obra em um sentido “pleno”, caracterizando a ciberarte por um processo de criação contínua. “A obra virtual é ‘aberta’ por construção. Cada atualização nos revela um novo aspecto. (1999, p. 136). Trata-se de obras interativas que propõem a implicação dos que a experimentam. Lévy faz uma alusão à Umberto Eco, apostando que o virtual é o ambiente propício para a “obra aberta”:

Mesmo agora, muitas obras da cibercultura não possuem limites nítidos. São “obras abertas” não apenas porque admitem uma multiplicidade de interpretações, mas sobretudo porque são fisicamente acolhedoras para a imersão ativa de um explorador e materialmente interpenetradas nas outras obras de rede. O grau dessa abertura é evidentemente variável de acordo com os casos; ora, quanto mais a obra explorar as possibilidades oferecidas pela interação, pela interconexão e pelos dispositivos de criação coletiva, mais será típica da cibercultura... e menos será uma “obra” no sentido clássico do termo. (LÉVY, 1999, p. 146)

Dessa forma, podemos identificar um reconhecimento do papel emancipado do receptor por parte de pesquisadores dos cibermeios, como os citados Castells e Lévy, embora os mesmos defendam que o ambiente digital amplia significativamente as possibilidades de interlocução, tornando a emancipação um fenômeno de construção coletiva do conhecimento.

Com plataformas móveis cada vez mais recorrentes, a sociedade digital acostuma-se a uma participação gradualmente mais frequente no processo comunicacional, como que imersa em espaços midiáticos continuamente. Aqui há que se considerar que há um modelo novo de comunicação, e dizemos isso porque as novas plataformas possibilitaram características que não existiam - ou existiam em outro formato – na forma de se comunicar, das quais destacamos a instantaneidade, a possibilidade de repercussão global, a capacidade de memória e a interatividade reunidas em um mesmo ambiente conectado.

Sendo novo, o terreno ou o “oceano” teórico a ser trilhado ou “navegado” ainda é encruzilhado e turbulento, heterogêneo, tal qual é a própria rede. Para Henry Jenkins (2009), podemos falar agora em cultura participativa.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30).

O autor destaca ainda outra característica dessa sociedade nova: a convergência. Para Jenkins, o termo refere-se tanto ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos, quanto também ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão em busca de suas experiências de entretenimento. E isso é diretamente ligado à postura do “receptor”.

Na apresentação de seu reconhecido livro “Cultura da Convergência”, o pesquisador conceitua:

A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Este livro é sobre o trabalho – e as brincadeiras – que os espectadores realizam no novo sistema de mídia (JENKINS, 2009, p. 30)

Essas “brincadeiras” do espectador, mencionadas por Jenkins, são a materialização da participação contínua e não-controlável do público no processo de recepção, ou já de “circulação”, proposto por Braga. Após a “entrega” da mensagem midiática – seja qual for o meio -, o receptor a reelabora e a faz circular novamente em forma midiática no ciberespaço, seduzidos pela reciprocidade propiciada pelo ambiente digital. Isso abre possibilidades não

vistas até a emergência da Web e que podem contribuir, neste contexto de convergência, para a retroalimentação de mensagens a partir de filtros de maior criticidade.

Lévy (1999) pontua, no entanto, que não é o ambiente por si só que produzirá mudanças, mas o uso social que os receptores farão desta abertura:

Nada na evolução técnica garante essa reciprocidade; não é mais do que uma possibilidade favorável aberta por novos dispositivos de comunicação. Cabe aos atores-sociais, aos ativistas culturais aproveitá-la, a fim de não reproduzir no ciberespaço a mortal dissimetria do sistema de mídias de massa. (LÉVY, 1999, p. 149).

Neste ponto, acreditamos que o “letramento midiático” ou a educação para a mídia do receptor pode contribuir diretamente para o avanço dos processos democráticos na sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que pretendemos neste artigo foi apresentar possíveis pontos de ligação entre conceitos ligados à Midiatização e os postulados dos pesquisadores do ciberespaço na Sociedade Digital.

O que percebemos é que, ainda ressalvadas suas especificações de pesquisa, os campos comungam da visão de um receptor ativo, capaz não só de receber as mensagens midiáticas, como capaz de responder, interagir e produzir conteúdo, elaborando suas próprias mensagens reelaboradas e postas novamente em circulação. Inserido em contextos sociais e culturais diversificados, e participante dos fenômenos surgidos nesses contextos, o que temos a partir dessas articulações é um receptor-cidadão emancipado, tal qual o que Rancière aponta no clássico “O espectador emancipado”.

As recentes pesquisas teóricas corroboram essa visão e mesmo expoentes de campos científicos diversos já defendiam essa emancipação desde o início do século XX. No entanto, muito há ainda que ser caminhado nesse terreno. Se o entendimento do receptor como agente do processo comunicacional ainda não é de todo aceita, ainda muito mais vacilante estão as políticas que promovam esse receptor.

A Midiatização entende que a participação do receptor é um processo natural e necessário e que a educação para mídia é fundamental para que isso ocorra, promovendo condições de formação de uma recepção mais crítica. Acreditamos que as pesquisas dos

cibermeios podem muito contribuir para a educação do receptor, propiciando o uso das Novas Tecnologias em todo o seu potencial, muito além da questão tecnológica, mas a partir do uso social que as novas tecnologias abrem.

REFERÊNCIAS

BARROS, Laan M. Recepção, mediação e midiaticização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. **Mediação e Midiaticização**. Salvador: EDUFBA, 2012.

BRAGA, José Luiz. **A Sociedade enfrenta a sua Mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra. 2006. v. 1.

ECO, Umberto. **A Obra Aberta**. Milão: Editora Perspectiva, 1968.

FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra. A circulação além das bordas In: **Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina**. Departamento de Ciencias de la Comunicación Escuela de Comunicación Social - Facultad de Ciencia Política y RRII Universidad Nacional de Rosario. Rosario, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Ed.34, 1999.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus; CARNIEL, Fabiane. Educação a distância na sociedade da informação: reflexões acerca dos processos de comunicação, ensino e aprendizagem na sala de aula virtual. **Conexão: Comunicação e Cultura**. v.12, p.13 - 40, 2013.

MELO, José Marques de. Políticas Públicas de Comunicação: Desafios brasileiros na era digital. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**, 2010.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.