

# O status da audiência na sociedade midiaticizada e suas implicações para a educomunicação

MARIANA FERREIRA LOPES

## Introdução

Da inter-relação entre a Comunicação/Educação emerge um novo campo já reconhecido – e em construção – de intervenção social, a educomunicação. Constituindo-se enquanto lócus de interface de seus campos primitivos, a educomunicação se identifica por ações voltadas para a criação, planejamento e implementação de um conjunto de práticas que visam o desenvolvimento de ecossistemas comunicativos em espaços educativos – sejam eles formais ou não-formais – e cuja função é potencializar o direito à comunicação dos membros que compõem as comunidades educativas. (SOARES, 2011).

Tal definição sustenta-se em dois importantes pilares das ações e reflexões em torno da educomunicação. O primeiro abarca o conceito de ecossistema comunicativo, “usado para designar as teias de relações das pessoas que convivem nos espaços onde esses conjuntos de ações são implantados” (SOARES, 2011, p. 37) e que se caracterizam por serem inclusivas, democráticas, midiáticas e criativas. O segundo se dirige à ideia de gestão da comunicação e educação, cujo sentido acompanha a produção científica sobre o campo educacional, uma vez que “a construção desse novo ‘ecossistema’ requer, portanto, uma racionalidade estruturante: exige clareza conceitual, planejamento, acompanhamento e avaliação”. (IDEM, 2011, p.37).

Ainda que as experiências e reflexões sobre a relação Comunicação/Educação remontem, em um contexto mundial, à primeira metade do século XX, foi a partir de uma pesquisa realizada entre 1997 e 1999 pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo (NCE – USP), junto a especialistas de 12 diferentes países latino-americanos, que se confirmou a presença do campo educomunicativo. (SOARES, 2014, 2011). Tal investigação partiu, conforme explica o pesquisador brasileiro Ismar de Oliveira Soares (2011), da evidência acerca das transformações que vinham ocorrendo no campo das ciências, sobretudo nas ciências humanas, assinalando uma diluição dos limites que circunscrevem os diferentes saberes.

Esta fluidez das fronteiras entre os campos do saber tem possibilitado, segundo Maria Aparecida Baccega (2009), o intercâmbio de conhecimento uma vez que os pressupostos teóricos de uma única disciplina já não são capazes de analisar e esgotar o objeto como um todo. Tal convergência é o local onde se situa o campo educomunicação. A inter-relação entre as áreas de saber – comunicação e educação – consiste em uma arena permanente de luta pela hegemonia e atribuição de significados sociais, visando à formação cidadã dos sujeitos envolvidos. A autora sustenta que,

O campo da Comunicação/Educação, cujo objetivo, consideramos, é o estudo do “lugar” da constituição dos sentidos sociais, resultado do embate escola-mídia, é multi e transdisciplinar: Economia, Política, Estética, História, Linguagens e outros saberes o compõem. Agora, são os vários saberes em conjunção, que vão olhar o campo. E não um saber de cada vez, como era a tradição. Cada um desses saberes dialoga com os outros, elaborando, desse modo, um aparato conceitual que coloca a comunicação - não apenas a midiática, embora esta modalidade seja a de maior alcance - e suas relações com a educação no centro das investigações e procura dar conta da complexidade desse diálogo. (BACCEGA, 2009, p.18).

É importante ater-se, conforme alerta Laan Mendes de Barros (2011), ao fato que trabalhar a dimensão pedagógica da comunicação não se limita a um uso instrumental dos meios de comunicação pelo educador. É preciso resgatar a figura do receptor a fim de que o processo comunicativo seja pensado no âmbito da recepção e da fruição. Assim,

ao trazermos essa participação [do receptor] ao plano da fruição, ele também acaba criando, atribuindo novas significações, sentidos para

as mensagens que está recebendo. A atenção se volta para a interação entre o receptor e a mensagem, onde efetivamente ocorre a produção dos sentidos (BARROS, 2011, p.13)

Para o desenvolvimento dos ecossistemas comunicativos em espaços educativos são apontadas seis áreas de intervenção, ou seja, “as ações mediante as quais, ou a partir das quais, os sujeitos passam a refletir sobre suas relações no âmbito da educação”. (SOARES, 2011, p.47). São elas: a expressão comunicativa através das artes, que trata do “[...] potencial criativo e emancipador das distintas formas de manifestação artística na comunidade educativa” (IDEM, p.47); a mediação tecnológica nos espaços educativos, que se preocupa “[...] com os procedimentos e as reflexões sobre a presença das tecnologias da informação e seus múltiplos usos pela comunidade educativa [...]” (IDEM, p. 48); a pedagogia da comunicação que se sustenta no âmbito da educação formal e “mantém-se atenta ao cotidiano da didática, prevendo a multiplicação da ação e dos agentes educativos [...]” (IDEM, p.48); a gestão da comunicação nos espaços educativos que se volta para o “planejamento e a execução de planos, programas e projetos referentes às demais áreas de intervenção [...]” (IDEM, p.48); a reflexão epistemológica, dedicada à “[...] sistematização de experiências e ao estudo do próprio fenômeno constituído pela inter-relação entre comunicação e educação, mantendo atenção especial à coerência entre teoria e prática” (IDEM, p.48); e a educação para a comunicação, que “[...] tem como objeto a compreensão do fenômeno da comunicação, tanto no nível da interpessoal e grupal quanto no nível organizacional e massivo”. (IDEM, p.47).

As pesquisas latino-americanas de recepção constituem, segundo Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2011), um importante repertório teórico à educomunicação, sobretudo na educação para os meios. A autora explica que, apesar de terem surgido nos anos 1980, os estudos de recepção e os programas de educação para a comunicação se desenvolveram de maneira independente em seu início. Em um primeiro momento, ambas se colocaram como espaços para a identificação e formação de receptores críticos a partir de uma leitura ideológica da comunicação. Com os estudos que abarcaram a teoria das mediações, o foco da educação para a comunicação se alterou.

Hoje, em um contexto de cultura midiaticizada que potencializa o alargamento do papel de receptor, entendemos que este aporte teórico-metodológico dos estudos de recepção no campo educacional passa por mudanças e seus caminhos ainda não estão totalmente delineados. Realizar uma contextualização deste cenário e problematizar os desafios tra-

zidos à educação para a comunicação com o novo status da audiência é o objetivo deste trabalho.

## **A midiaticização e o processo de audiencição: novos caminhos na educação para a comunicação**

O conceito de midiaticização – ainda em construção – delineado por José Luiz Braga (2012) traz em seu cerne sua não circunscrição em torno da “ampliação ou predomínio da indústria cultural sobre a sociedade” (BRAGA, 2012, p. 35), bem como da penetração tecnológica, uma vez que, na visão do autor, “os processos comunicacionais associados não decorrem simplesmente da invenção tecnológica. É preciso um componente diretamente social no processo”. (Idem, p. 36).

A midiaticização deve ser entendida como um processo interacional de referência, que se debruça na “[...] na teoria de que a sociedade constrói a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos e grupos e setores da sociedade se relacionam” (BRAGA, 2012, p.39). O autor se ampara em Fausto Neto (2008 *apud* BRAGA 2012, p.34-35) para afirmar que “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade”.

Em consonância, Jesús Martín-Barbero trata de tais afetações em seu livro *A Comunicação na Educação* (2014) ao discorrer sobre as consequências trazidas pelo novo lugar da cultura na sociedade da informação, que ocorre “[...] quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para expressar-se, adensar-se e converter-se em estrutural”. (MARTÍN-BARBERO, 2014, p.79). Neste sentido, o autor complementa que a comunicação enquanto tessitura da cultura contemporânea introduz no cotidiano dos indivíduos “um novo modo de relação entre os processos simbólicos – que constituem o cultural e as formas de produção e distribuição de bens e serviços”. (Idem, p.79).

Neste novo modo, uma das mudanças mais significativas sofridas pela sociedade se concentra nas condições do saber, cujo processo de descentralização imprime novos trajetos de circulação do conhecimento para além das instâncias tradicionais de produção/reprodução/legitimação. Passa-se da construção de um saber linear a partir da figura do professor e do livro, para outro, de caráter fragmentado e disperso, no qual os meios de comunicação, as novas tecnologias da comunicação e informação e, sobretudo, a comunicação em si passam a exercer um importante papel. A família e a escola, instituições tradicionalmente responsáveis pela socialização e transmissão dos saberes, passam a ter sua

hegemonia rompida pela configuração deste ecossistema comunicativo que proporciona um tipo de aprendizagem contínua (MARTIN-BARBERO, 2014) e se constitui como espaço de educação informal na construção do conhecimento. Neste cenário, emerge a importância das ações e reflexões educomunicativas que ampliam e ressignificam a relação entre os sujeitos e a comunicação.

Ademais, a própria condição comunicacional recria este sujeito/receptor. Para compreender tais mudanças, parte-se do entendimento de audiência atribuído por Guillermo Orozco Gomez. Para o autor (2014, p.53), “ser audiência significou e significa interagir com a informação e com o mundo sempre mediados por telas, sejam estas grandes, pequenas, intermediárias, fixas ou portáteis, unidirecionais ou interativas”. Marcadamente, “ser audiências e estar como audiências é o papel característico e principalmente distintivo dos cidadãos desde a metade do século XX [...]” (IDEM,p.88). Diante dos meios de comunicação tradicionais, em sua dimensão analógica, a participação dos receptores é simbólica ou manifestada de maneira restrita nos processos de negociação e reinterpretação de significados. No contexto da midiaticização, sobretudo nas possibilidades abertas pela cultura participativa e na interação com as múltiplas telas, tais ressignificações podem ser materializadas em novos conteúdos produzidos pelo receptor, que se encontra em um processo de audiênciação.

Este pensamento converge com os estudos de José Luiz Braga (2012) sobre midiaticização, quando o mesmo explora os conceitos de circulação e fluxo adiante enquanto modificações da ênfase dos estudos de comunicação, que antes entendiam a circulação como trânsito entre emissor e receptor com total correspondência entre o que era emitido e recebido, e que passaram a assumir a atividade do receptor no processo comunicativo. Assim, o conceito de circulação se amplia tanto no espaço onde se reconhecem a produção de sentido e também os desvios que se produzem pela apropriação dos significados. Este passo adiante se reflete na concepção das relações diretas entre a emissão e a recepção e nos encaminham à ideia de que a produção de sentido atribuída vai além do contato entre o receptor e o meio de comunicação, mas se caracteriza como o fluxo adiante que ocorre de variadas formas, dentre elas a retomada de sentidos para gerar outros produtos e a circulação que acontece nas redes sociais. (BRAGA, 2012).

Assim, as opções de participação no processo comunicativo são um dos indicadores que passam a caracterizar o papel do receptor na sociedade atual. As possibilidades de mobilidade e portabilidade de aparatos tecnológicos, que conectam os sujeitos aos diferentes conteúdos midiáticos, alteraram as formas de estar como audiência. Tal estado acaba mo-

dificando, segundo Orozco Gomez (2014), também as maneiras de *ser* audiência. Neste sentido, a questão da interatividade e da cultura participativa são eixos centrais que provocam tais mudanças, uma vez que, a partir delas, a audiência se converte em usuário, ou seja, aquele que exerce “sua reflexão e sua ação coordenadas para chegar a um fim a partir dos meios, através da transformação real, material e significativa do referente audiovisual”. (IDEM, p.69).

Porém, Orozco Gomez alerta que as maneiras pelas quais os sujeitos são audiência não resultam automaticamente das potencialidades do estar como audiência em sua suposta condição de ubiquidade. Existem variáveis que tornam tal fenômeno ainda bastante complexo, como as diferenças culturais tendo em que vista que o acesso à comunicação não se dá de maneira igual em todo o mundo.

Se há mudanças, nem sempre estas acontecem. A conectividade frequentemente se soma a inércias e a modelos tradicionais de reação que não desaparecem, de um lado; e por outro, as diferentes realidades, em cada região ou país, mostram ênfases diversas e situações com muitos resíduos do passado, aparentemente incompatíveis com aquelas outras de maior avanço, mas que identificamos germes portadores de futuro. Coexistência e não superposição do novo sobre o velho talvez seja o fenômeno central mas distintivo do que experimentamos atualmente em nossa condição de comunicantes. (OROZCO GOMEZ, 2014, p. 70).

À característica de que os novos modos de estar e ser audiência se acumulam, soma-se a questão de que o sujeito não nasce, mas se forma enquanto receptor e agora também como produtor. Esta assertiva reafirma a importância da educação para a comunicação na formação dos sujeitos/audiências/usuários, sobretudo em países ibero-americanos em que “a prática da interlocução, em grande medida, está condicionada pelo mercantil e por outros critérios alheios à comunicação e a outras circunstâncias culturais tradicionais [...]”. (OROZCO GOMEZ, 2014, p.89).

A educomunicação ganha o desafio de contribuir para esta formação, uma vez que ela demanda agora o fortalecimento da participação dos usuários e não somente a ressignificação simbólica dos receptores. Este novo status da audiência parece possibilitar aos educadores a realização de sua utopia de trabalhar tanto a percepção crítica das formas simbólicas difundidas pelos meios de comunicação, bem como a produção de uma

resposta social à mídia, conforme sustenta Orozco Gomez (2014), concretizando de fato um caminho para a democratização da comunicação.

Mas de que forma a educomunicação pode se encarregar de tal tarefa? Longe de buscar apontar um único caminho, tendo em vista a multiplicidade de experiências que podem ser vivenciadas no campo educamunicativo, dialoga-se com as provocações colocadas por Guillermo Orozco Gomez (2014) para buscar possíveis respostas. A primeira questão trata de reconhecer as limitações de participação dos sujeitos em sua interação com os meios de comunicação. Diante de um embate entre pessimistas e entusiastas das potencialidades da cultura participativa, é necessário que o educamunicador encare este cenário de maneira realista. Tal percepção contribui para que este agente social possa intervir visando tornar realidade as diferentes potencialidades que as tecnologias da comunicação e informação anunciam.

O segundo ponto abordado pelo autor consiste na diferenciação entre as interações de consumo e aquelas produtivas realizadas pelo receptor a fim de que se perceba em qual âmbito sua interação se realiza. Assim,

uma vez diferenciado o consumo, é preciso desenvolver uma série de “destrezas” ou “competências” ou “saberes”, para mover-se com propriedade nessa dimensão. Não se trata de abolir o consumo per si, mas somente de facilitar o usuário, predominantemente consumidor, aqueles elementos para melhor consumo, ou para um consumo seletivo e produtivo, e para ir situando-o no âmbito da produção. (OROZCO GOMÉZ, 2014, p.91).

Tais competências podem, segundo o autor, ser de ordem informativa – como aquelas que buscam a formação em torno da capacidade de acessar, gerir, avaliar e criar informação –, bem como aquelas que abarcam os âmbitos econômico, político e cultural. A complementaridade sobre tais saberes tornará possível que a educomunicação se encaminhe rumo à concretização de uma cidadania comunicativa, ou seja, aquela que contempla uma interação ética e democrática entre os cidadãos e as mídias.

### **Considerações finais**

O presente trabalho teve como objetivo apresentar o novo status que a audiência adquire em um contexto de cultura midiaticizada e problematizar como a educomunicação, em sua área de intervenção social de educação para a comunicação, é desafiada por esta reconfi-

guração do sujeito/audiência/usuário. Para isso, buscou-se uma revisão de literatura com autores que discutem o processo de midiaticização da sociedade e conseqüentemente a audiencição em torno, sobretudo, da cultura participativa.

Para além de concepções pessimistas ou extremamente entusiastas em torno da participação dos usuários em sua interação com as diversas telas, é preciso compreender quais são as mudanças que a cultura midiaticizada, na qual todos estamos inseridos uma vez que a comunicação se coloca como aspecto estruturante da sociedade, traz ao papel do receptor. Cabem futuras reflexões que busquem identificar o que caracteriza as atuais audiências afim de que a educomunicação possa cumprir seu objetivo de formar para uma cidadania comunicativa e amplie as formas de acesso à comunicação. Pensar não apenas em uma agenda educacional que problematize a ressignificação simbólica, mas também as competências para que haja produtores ativos, criativos e críticos é um dos desafios colocados às ações e reflexões sobre a relação entre Comunicação/Educação. Esta provocação, no entanto, deve abarcar outras nuances que existem nesta nova identidade de audiência que vem sendo formada.

## Referências Bibliográficas

BACCEGA, M. Campo Comunicação/Educação: mediador do processo de recepção. In: \_\_\_\_\_; COSTA, M.C.C. **Gestão da Comunicação**: epistemologia e pesquisa teórica. São Paulo: Paulus, 2009, p. 13-26.

BARROS, L. M. Comunicação e Educação: Além de forma e conteúdo. In: **Revista Ação Midiática**: Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura. Curitiba: v.1, n.1, p. 1-17, 2011.

BRAGA, J. Circuito versus campos sociais. In: JANOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, M.; JACKS, N. (orgs). **Mediação & Midiaticização**. Salvador: EDUFBA; Brasília, Compós, 2012, p. 31-52.

LOPES, M. V. de. Pesquisa de recepção e Educação para os Meios. In: CITELLI, A. O.; COSTA, M. C. C. **Educomunicação**: construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011, p. 31-40.

MARTÍN- BARBERO, J. **A comunicação na Educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

OROZCO GOMEZ, G. **Recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

SOARES, I. O. **Educomunicação**: o conceito, o profissional, a aplicação. Contribuições para a reforma do Ensino Médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

\_\_\_\_\_. Introdução à edição brasileira. In: APARICI, R. **Educomunicação**: Para além do 2.0. São Paulo: Paulinas, 2014, p. 7-28.

## A AUTORA

**MARIANA FERREIRA LOPES** - Doutoranda do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (Unesp). Docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Norte do Paraná (Unopar) e docente convidada do curso de especialização em Comunicação Popular e Comunitária da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Email: fopes.mariana@gmail.com