

## Esquema para análise da mediação: aporte teórico-metodológico<sup>1</sup>

Ricardo Zimmermann Fiegenbaum<sup>2</sup>

**Resumo:** Discute-se a mediação como uma relação de mútuas afetações entre instituições não-midiáticas, instituições midiáticas e atores individuais, que tem nos dispositivos de mídia o lugar privilegiado de observação dos processos que a engendram, por meio de operações auto e heterorreferentes, que envolvem as categorias teórico-metodológicas de valor, de visibilidade e de vínculo. A partir da perspectiva de uma semiótica social (Verón), articulada à teoria dos campos sociais e a um enfoque sistêmico, propõe-se um esquema de análise e apresenta-se o processo metodológico utilizado para analisar materiais de instituições do campo religioso protestante brasileiro segundo o esquema, discutindo as possibilidades de sua eficácia para o estudo da mediação em suas diferentes perspectivas.

**Palavras-chave:** mediação; dispositivos midiáticos; auto e heterorreferencialidade

**Abstract:** This paper discusses the mediatization as a relation of mutual affectations between non-media-institutions, media institutions and individual actors, that has in the media devices the privileged place of observation of the processes that produce the mediatization, through auto-reference and hetero-reference operations, which involve the categories theoretical-methodological value, visibility and link. From the perspective of a social semiosis (Verón), articulated to the theory of the social fields and to a system approach, the paper proposes a scheme of analysis and presents the methodological process that is used to analysing the materials of institutions of the religious Protestant Brazilian field according to the scheme, discussing the possibilities of his efficiency for the study of the mediatization in its different perspectives.

**Keywords:** mediatization; media devices; auto-reference and hetero-reference

Cada vez mais instituições não midiáticas se valem de dispositivos de mídia para difundir seus valores, obter visibilidade e estabelecer vínculos no

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação em Contextos Organizacionais do XX Encontro da Compós, UFRGS, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Professor do Curso de Jornalismo (Universidade Federal de Pelotas), doutor em Ciências da Comunicação – Processos Midiáticos (Unisinos).  
CV: <http://lattes.cnpq.br/0796110821809086>

---

mercado discursivo que caracteriza a sociedade contemporânea. O modo como se inserem nesse mercado e são afetadas pelos processos midiáticos é diferente em cada caso. Consequentemente, os estudos sobre a midiatização têm sido desenvolvidos sob diferentes perspectivas teóricas e metodológicas.

Minha pesquisa de doutoramento se insere neste grupo de investigações do campo da comunicação que trata deste fenômeno social contemporâneo. Com base numa abordagem teórico-metodológica construída em processo e em diálogo com os materiais empíricos, procurei responder como e em que grau se midiatizam instituições não-midiáticas tradicionais do campo religioso protestante histórico brasileiro. Para isso, desenvolvi um esquema de análise que aborda a midiatização como uma relação de mútuas afetações entre instituições não-midiáticas, instituições midiáticas e atores individuais, que tem nos dispositivos de mídia o lugar privilegiado de observação dos processos que engendram a midiatização. Ao realizar operações auto e heterorreferenciais, que envolvem as categorias teórico-metodológicas de valor, de visibilidade e de vínculo, as quais desenvolvi ao longo da pesquisa, os dispositivos midiáticos oferecem as condições de possibilidade de observar a midiatização como uma problemática de circulação.

Neste artigo, apresento o esquema para análise desse fenômeno que elaborei a partir da perspectiva de uma semioses social (Verón), articulada à teoria os campos sociais e a um enfoque sistêmico. Na segunda parte, disserto sobre o processo metodológico que utilizei para a análise de materiais de instituições do campo protestante brasileiro com base no esquema proposto, discutindo as possibilidades de sua eficácia para o estudo da midiatização em suas diferentes perspectivas.

### **Esquema de análise – definições elementares**

Ao estudar os discursos e as práticas comunicacionais de algumas igrejas tradicionais do ramo protestante brasileiro<sup>3</sup>, procurei analisar o processo pelo

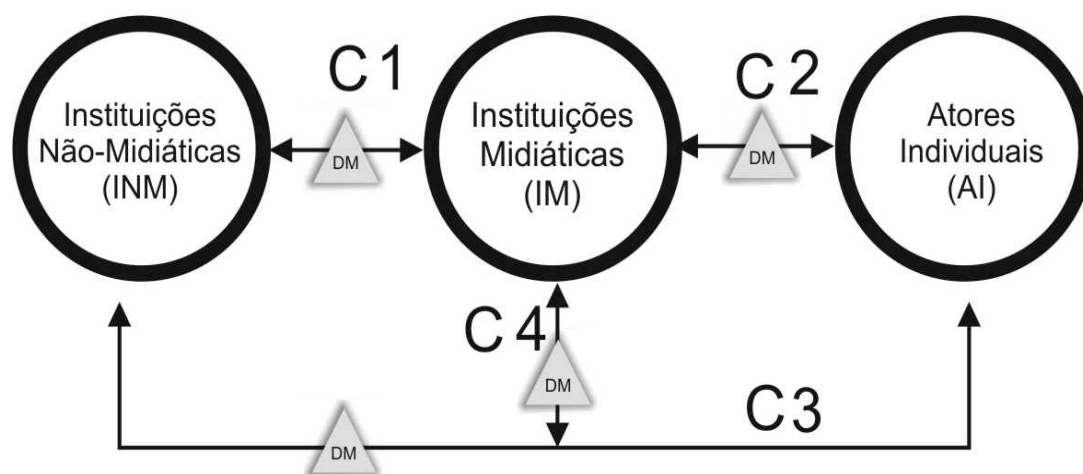
---

<sup>3</sup> As igrejas estudadas foram a Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB), Evangélica Luterana do Brasil (IELB), Presbiteriana do Brasil (IPB) e Metodista (IM).

qual a midiatização vai tornando-se referencial na consecução das finalidades e dos objetivos destas igrejas. Para isso, busquei no esquema para análise da midiatização de Eliseo Verón (1987) o ponto de partida que, em diálogo com a teoria dos campos sociais (Bourdieu, Esteves e Rodrigues) e com a teoria dos sistemas (Luhmann), levou-me a reconstruir o esquema, integrando nele também os dispositivos midiáticos, tornando operacional este conceito teórico trabalhado por Ferreira (2006). Esse arranjo foi consolidado no diálogo com os materiais empíricos analisados, que foram basicamente documentos sobre comunicação produzidos pelas igrejas e alguns de seus dispositivos midiáticos (jornais e sites), além de dispositivos midiáticos de resposta (cartas de leitores, mensagens de internautas, entre outros) assim denominados com base em proposta de Braga (2006), de existência de um sistema social de resposta.

A articulação da teoria com a pesquisa empírica resultou na hipótese de que a midiatização se estabelece como um processo pelo qual instituições não-midiáticas, instituições midiáticas e atores individuais se afetam mutuamente, colocando em relação seus sistemas de valores, de visibilidades e de vínculos. Essas operações ocorrem em dispositivos midiáticos, os quais organizam e dinamizam as interações por meio de auto e heterorreferências. Nesse processo, as três instâncias estabelecem níveis de relação que vão de acomodações a resistências, passando por co-operações. Inspirado em Verón (1987), o esquema abaixo (figura 1) assinala o lugar dos dispositivos midiáticos na midiatização, tomada como uma problemática da circulação de sentidos:

Figura 1



O esquema para análise da midiaticização proposto por Verón<sup>4</sup> buscava sistematizar a complexidade do fenômeno que tem sido definido de variadas maneiras. Percebendo o papel central da mídia, ofertando sentidos num mercado discursivo, Verón articulou o esquema em torno do conceito de meios de comunicação social, reconhecendo nele a articulação de uma tecnologia de comunicação a modalidades específicas de utilização (em produção e recepção). Para ele, a caracterização de um meio de comunicação importa certa dimensão coletiva cujas mensagens são acessíveis a uma pluralidade de indivíduos sob certas condições, que são estritamente econômicas, o que significa dizer que os meios de comunicação constituem um mercado discursivo. Para o autor, a diferença entre o que é midiático e o que não é pode expressar-se em termos puramente econômicos. A oferta está constituída pelas mensagens, que circulam como um produto em um mercado de discursos (Verón, 1997).

Esta caracterização instala, por assim dizer, o dispositivo tecnológico no contexto dos usos sociais. Nesse sentido, os meios parecem ter uma dimensão instrumental, ou seja, servem para ativar um mercado de sentidos, para produzir a semioses social em escala mercadológica, o que parece estar de acordo com o modo como as igrejas entendem a comunicação através dos meios.

Para Verón, instituições são os múltiplos ordenamentos organizacionais da sociedade que não são meios, ou seja, instituem-se como um corpo social, com regras e valores próprios, com certo modo de visibilidade ou presença pública e com objetivos definidos, sendo reconhecidas e tendo sua identidade estabelecida pela diferenciação em relação a outras instituições. Nesse sentido, é que Verón afirma que os meios de comunicação também podem ser instituições, o que leva a que os ordenamentos organizacionais da sociedade constituídos com objetivos comunicacionais são instituições midiáticas.

Consequentemente, o que diferencia uma instituição midiática de uma não-midiática é precisamente o fato de que a primeira tem nos dispositivos de

---

<sup>4</sup> No esquema de Verón, as três instâncias implicadas na midiaticização são *instituições, meios e atores individuais*.

---

comunicação a sua razão de ser, a sua identidade, enquanto a outra, ainda que institua seus próprios dispositivos comunicacionais os têm como meios para a consecução de seus objetivos sociais. É nesse sentido que o conceito de dispositivo midiático parece ser mais apropriado para entender os processos de midiaticização de instituições não-midiáticas, porque remete a técnicas e objetos, mas também aos sujeitos que as experimentam e aos discursos que põem em circulação. Assim, o dispositivo midiático é um tipo de operador de interações, organizando e dinamizando os processos comunicacionais e os processos sociais. Ele não pode garantir a mediação, mas a torna possível numa ruptura de escala.

Na minha perspectiva, no entanto, o termo meios, utilizado por Verón para designar a instância central destes processos, aproxima-se demasiadamente de uma ideologia dos meios, ainda que o conceito a que se refere o termo não seja esse. Assim, concordando com Verón que meios também são instituições, proponho que o termo central do esquema seja precisamente o de instituições midiáticas, porque ele assinala o caráter de empreendimento que caracteriza o “negócio” da comunicação que configura um “mercado” discursivo, cujo fim são os meios. No meu entender, a noção de instituição midiática engloba a noção de meios de comunicação e oferece as condições de possibilidade para entender as complexas operações que se estabelecem no processo de produção, circulação e reconhecimento de sentidos que vão além dos aspectos tecnológicos que a noção de meios evoca com mais facilidade.

No meu esquema, portanto, a instância central são as instituições midiáticas, ou seja, organizações da sociedade, cujo fim é ofertar sentidos no mercado discursivo, que têm os meios como fim. Para isso, estas instituições lançam mão de processos e de dispositivos específicos, que aqui são qualificados como dispositivos midiáticos. De acordo com Ferreira, dispositivo midiático não é apenas um suporte tecnológico. Esta é, quem sabe, a parte mais visível do dispositivo. Ao lado do técnico-tecnológico, ele apresenta uma dimensão socioantropológica e uma dimensão semio-discursiva. Essas três dimensões operam em acoplamentos mútuos, o que significa dizer que o dispositivo

---

mediático é tomado não pelas suas estruturas, que são importantes, mas pelas suas operações sistêmicas, portanto, por seus processos (Ferreira, 2006).

As instituições midiáticas operam como um complexo sistema de dispositivos midiáticos. Assim, por exemplo, os meios de comunicação, que comumente têm sido definidos como veículos de comunicação, como as emissoras de TV e de rádio, os jornais, etc., são entendidos como instituições de mídia, que se organizam como um sistema de dispositivos, que integra tanto a emissora quanto o programa que ela põe em circulação com finalidades discursivas e mercadológicas.

Nesse sentido, o conceito de dispositivo qualifica o conceito de mídia e de meios (Carlon, 1999), de modo que os meios são um fim para as instituições midiáticas e resultado de operações que envolvem a cultura, a tecnologia e a linguagem em processos de mútuas determinações, de acoplamentos sistêmicos, de resistências e de tensões. Isso implica dizer, também, que qualquer instituição pode constituir para si, enquanto meios, dispositivos midiáticos com vistas a responder aos processos sociais mais amplos de uma sociedade em midiática, sem, contudo, tornar-se uma instituição midiática, ou, nos termos de Verón, “meio de comunicação”.

Uma instituição como uma igreja, portanto, busca ampliar o seu espaço de atuação social pela constituição dos seus próprios dispositivos, visando, assim, obter maior controle dos processos e, ao mesmo tempo, responder à concorrência de sentidos no mercado religioso. Mas, mesmo que não se torne instituição midiática, se midiática.

A redefinição da instância central do esquema da midiática de meios para instituições midiáticas desloca a problemática dos “meios de comunicação” para outro lugar no esquema. Ao demonstrar que as três instâncias da midiática se afetam mutuamente, operando umas sobre as outras, Verón utiliza-se das setas duplas. Elas são como um complexo de circuitos de interação não linear e mostram que este lugar está aí como espaço dinâmico. Contudo, parece-me que falta no esquema um lugar em que esses circuitos se conectam, um ponto de passagem ou de “mixagem”, em que, efetivamente, eles são

---

observáveis enquanto efeitos de sentido. Se, na proposta de Verón, é preciso observar as mútuas implicações entre as instâncias, esse observável encontra-se nos dispositivos midiáticos. Eles, no meu entender, ocupam um lugar de fronteira, um entre as instâncias implicadas e pelo qual passam as setas duplas. O que nele deve-se observar são, precisamente, as operações que ele realiza acolhendo as estratégias de valor, de visibilidade e de vínculos das três instâncias em auto e heterorreferencialidades.

A noção de auto e heterorreferencialidade é trabalhada por mim a partir do conceito de habitus em Bourdieu (1983; 2007) e de sistema em Luhmann. Os habitus se constituem como sistemas singulares pelas operações autorreferentes que realizam (estruturas estruturantes) que permitem que sistematicamente sejam reproduzidos os mesmos esquemas de práticas e de obras por parte dos agentes de um mesmo campo. De outro lado, se diferenciam uns dos outros e se reconhecem nessa diferença pelas operações heterorreferentes que fazem (estruturas estruturadas) a partir de certas condições de existência que possibilitam a distinção entre um estilo de vida e outro diferente.

Luhmann afirma que os meios de comunicação produzem uma diferenciação autofortificada do sistema social, entendendo-se “meios” como medium que “permite a formação de formas que, então, diferentes do próprio medium, constituem as operações comunicativas que permitem a diferenciação autoconfinada e o fechamento operacional do sistema” (Luhmann, 2005: 17). É o que permite que os meios como sistema possam e necessitem distinguir entre autorreferência e heterorreferência, o que os leva a construir a realidade, uma outra realidade, diferente da deles mesmos.

No caso das instituições midiáticas, os dispositivos midiáticos conformam um sistema com um fim em si mesmo que é operar o mercado discursivo da sociedade. No caso das instituições não-midiáticas, este sistema de dispositivos é tomado como um meio para outros fins. Diferentemente de Verón, portanto, em minha perspectiva, as instâncias implicadas na midiatização são o que denomino de instituições não-midiáticas (INM), instituições midiáticas (IM) e atores individuais (AI). Estas três se relacionam



---

em mútuas afetações. As instituições não-midiáticas são, por definição, as múltiplas organizações da sociedade que se estabelecem com finalidades específicas de caráter não midiático e instituem suas próprias regras e normas para realizar seus objetivos. As instituições midiáticas são assim denominadas por se constituírem como organizações da sociedade cuja finalidade é produzir comunicação e para as quais os meios de comunicação são tomados como fim em si mesmos. Os atores individuais, constituído pelos indivíduos em sua singularidade, são os membros de uma sociedade, inseridos em complexas relações sociais, como na acepção de Verón.

A partir disso, as qualidades atribuídas por Verón aos meios – como a noção de dispositivo tecnológico e a oferta de acesso plural às mensagens – são integradas na noção de dispositivo midiático. São os dispositivos midiáticos o lugar em que as três instâncias se encontram em intersecção. Ou seja, a midiatização não prescinde dos dispositivos midiáticos, porque é neles que as estratégias das três instâncias se encontram. Logo, os coletivos não são resultado diretamente das relações entre instituições, meios e atores individuais entre si, mas destas relações em operações de sistemas realizadas em dispositivos midiáticos.

Estes três setores afetam-se mutuamente em processos identificados no esquema pelas setas duplas. Na midiatização, estas mútuas implicações são operadas em dispositivos midiáticos de três dimensões (os triângulos DM = Dispositivo Midiático). Os “Cs” que acompanham as setas são, na perspectiva de Verón, os coletivos que se formam a partir dos pares em suas relações como construções que se produzem no interior da comunicação. Esta noção de coletivo remete “al concepto de ‘interpretante’ en la semiótica de Peirce y es un aspecto central del funcionamiento de las estrategias enunciativas de los discursos midiáticos” (Verón, 1987: 15). Na minha perspectiva, indicam, também, os diferentes modos de circulação de sentidos. Esta circulação têm seu lugar de percepção privilegiado nos dispositivos midiáticos, que são seus organizadores e dinamizadores.



---

Assim, ao interagirem entre si na teia das relações sociais, as instituições não-midiáticas (INM), as instituições midiáticas (IM) e os atores individuais (AI) produzem coletivos. Tais coletivos, definidos pelo par de relações que estabelecem, ou seja, [(INM)-(IM)], [(IM)-(AI)], [(AI)-(INM)] e vice-versa, e também pelos modos como IM afeta a relação INM/AI e vice-versa, engendram processos de acoplamentos mútuos que envolvem valor, visibilidade e vínculo, categorias estas que integram o habitus de cada qual. Isso significa dizer que os coletivos são resultado de operações destes três sistemas em cooperações, subordinações e resistências mútuas.

Valor é um bem pelo qual se está disposto a sacrificar outros bens (Rodrigues, 2000). No caso de instituições, é uma forma de consciência compartilhada entre os seus agentes, um senso comum sobre determinados princípios e regras que produzem e são produzidas pelo habitus. É o valor que define o seu sentido social, e tem a ver com os princípios éticos e morais que professam enquanto coletividade de indivíduos que os compartilham e vivem por eles. Valor é, no sentido em que me refiro, uma consciência comum em torno de determinados bens pelos quais os indivíduos estão dispostos a sacrifícios e que, portanto, demandam determinadas regulações sobre a pragmática social daquele coletivo comungante. É a partir desses princípios que se estabelecem as regras e normas institucionais, elaboram-se os discursos unificadores e de identidade e se vivem as experiências no cotidiano. Assim, a noção de valor remete aos fundamentos existenciais. Nesse sentido, uma instituição não-midiática jamais sacrificará seus valores em favor da obtenção da visibilidade ou do estabelecimento de vínculos visados sem sacrificar-se a si mesma como instituição.

Visibilidade é a propriedade de mostrar e não mostrar, de dizer e não dizer (Deleuze, 2005). Refere-se aos modos como um valor revela-se e se oculta. Tem a ver com a maneira como as práticas e as obras e a percepção dessas práticas e obras se manifestam. O conceito de visibilidade, portanto, implica em considerar que há algo além do que os olhos podem ver ou os ouvidos podem ouvir. Há na visibilidade um lado oculto que não se dá a conhecer a olho nu e que está relacionado ao conjunto de valores que só se tornam dizíveis e visíveis

---

por meio de processos de visibilidades. O conceito de visibilidade, portanto, implica um plano de imanência e um plano de transcendência. Todo regime de visibilidades pressupõe valor, porém, valor é apenas tomado como substrato a partir do qual a visibilidade se constitui como tal e a partir do qual se pode afirmar que há um não-visível para cada visível e um não-dizível para cada dizível. As instituições constroem seus próprios regimes de visibilidades, que podem ser observados nos ritos, nas indumentárias, nos sinais, nos símbolos e nos discursos, entre outras formas. Esse regime de visibilidades é também um regime de invisibilidades, porque aquilo que se mostra na forma possui uma essência invisível que remete a algo que está aí, pode-se vê-lo e senti-lo, mas que permanece oculto e inalcançável em sua essência. Nesse sentido, o sistema de visibilidade também envolve a oferta de condições de possibilidade de vínculos, ou seja, opera com estratégias que permitem estabelecer conexões entre participantes de um processo de comunicação. A categoria visibilidade remete, na comunicação, a um regime de fazer-ver.

Vínculo trata das conexões, das relações, dos modos de pertencimento, de contrato ou de contágio, pelos quais busca-se ou oferta-se uma relação que pode ou não se realizar. A categoria de vínculo concerne ao processo de definição da natureza das relações em que dois ou mais comunicantes se encontram na interação (Winkin, 1998), relações estas que são horizontais e verticais e que se dão com outras pessoas ou sistemas. É a dimensão sócio-antropológica da comunicação que constitui a base dessa gramática de operações vinculantes que é aquilo que permite a construção da identidade e da diferença, ou seja, a categoria do vínculo refere-se ao processo social em que identidade e diferença cooperam para a socialização e possibilitam a percepção do sujeito como existência complexa entre outras numa determinada ambiência percebida. A gramática de vínculos consiste da operacionalização de certos conectivos ou “ganchos” com os quais se oferta e aos quais se dirige a conexão de identidades e de diferenças. Em outras palavras, enquanto valor refere-se a uma consciência ou visão de mundo comum, e visibilidade a um modo de expressão de valores, vínculo é a categoria do conectivo, ou seja, aquilo para o qual tanto valor como visibilidade existem na relação e que implica num terceiro capaz de

---

reconhecimento e de interação com os dois primeiros. Ou seja, a categoria do vínculo está na base dos processos comunicacionais e é aquela que dá sentido às duas primeiras.

Estas categorias estabelecem-se como sistemas em relação por meio de operações que são auto e heterorreferentes: valor se atualiza por meio de estratégias de visibilidade e de vínculos; visibilidades se realizam por meio de estratégias de valor e de vínculos; vínculos se formam por meio de estratégias de valor e de visibilidades. Elas se constituem como uma espécie de habitus. Nesse sentido, independem do midiático, porque se instalam como peculiaridades alusivas a seus campos instituidores, envolvendo instituições em geral e indivíduos em particular. Quando estas operações se encontram em dispositivos midiáticos, estamos diante de processos pelos quais, em maior ou menor grau, a midiaticização se vai constituindo como central para as instituições não midiáticas e para os atores individuais.

É a circulação que oferece as condições para os acoplamentos. Mas o lugar privilegiado destas operações e a partir do qual se pode falar em circulação de sentidos são os diversos dispositivos midiáticos mobilizados pelos elementos que compõem o esquema. Dispositivo midiático é, assim, uma materialidade tecnológica, simbólica e social, ou seja, tem uma consistência técnico-tecnológica visível, que é inseparável de sua essência simbólica (de lugar de circulação de sentidos), portanto, discursiva, e que serve para produzir comunicação auto e heterorreferenciando-se continuamente. É um sistema articulado de operações tecno-simbólicas e sociais, no qual se materializam os processos de produção, circulação e consumo de sentidos, por meio da organização e da dinamização dos processos pelos quais as estratégias de valores, de visibilidade e de vínculos se realizam. É um operador sistêmico destas estratégias. Nesse sentido, no esquema, os dispositivos midiáticos são apropriados de diferentes formas por cada uma das instâncias revelando as nuances do processo de midiaticização.

Os dispositivos midiáticos caracterizam-se também por comporem um sistema de dispositivos que servem à comunicação. É, por exemplo, o receptor

---

de rádio, o estúdio e as tecnologias de transmissão, o programa radiofônico e a grade de programação, a emissora e suas operações comerciais e institucionais, enfim, um conjunto de dispositivos voltados para estratégias de comunicação. É deste modo, por exemplo, que se pode explicar como os dispositivos midiáticos são apropriados por outros domínios da experiência, como as igrejas, e como esses dispositivos midiáticos estabelecem diferença nos processos e sistemas de comunicação genéricos. Resulta disso que os dispositivos que servem à comunicação das igrejas não são necessariamente midiáticos, e que os dispositivos midiáticos, ainda que operem no espaço da religião, permanecem essencialmente dispositivos midiáticos, mesmo que sejam “meios” para as igrejas.

Espaço transicional, os dispositivos midiáticos são o lugar em que ocorrem as transações de sentidos culturalmente elaborados, tecnologicamente condicionados e discursivamente manifestados para o estabelecimento de relações sociais e de manifestação simbólica em torno de certos conjuntos de crenças, ou de manifestação de certos modos de ação, de habitus. Constituem-se como lugar privilegiado de relatos e também oferecem as condições de possibilidade para a mediação tecno-simbólica.

No caso de minha pesquisa, isso implica dizer que as igrejas respondem aos processos midiáticos instituindo dispositivos midiáticos. Mas, ao fazerem, procuram submeter os dispositivos aos sistemas de valores, de visibilidades e de vínculos eclesiásticos. De outro lado, as instituições midiáticas operam em sentido contrário, procurando subordinar os sistemas de valores, visibilidade e vínculo eclesiásticos aos seus regimes de operação em dispositivos. Essas operações ocorrem em dispositivos midiáticos, o que significa dizer que todos os processos de acoplamentos e de resistências mútuas que nele se desenvolvem são presididos em última instância pela lógica do campo midiático. Neste sentido, é que se pode falar em midiatização de instituições não-midiáticas. O mesmo pode-se dizer do que ocorre na outra ponta do esquema, na qual se vê os atores individuais lançando mão de dispositivos midiáticos para operarem os seus próprios regimes de valores, de visibilidades e de vínculos. Mas o efeito de midiatização também é sentido sobre a relação direta entre instituições e atores

---

individuais, já que, não apenas as instituições midiáticas afetam essa relação indiretamente, como os dispositivos midiáticos instituídos pelas igrejas são efetivamente constituídos pelo habitus midiático.

O habitus constitui um sistema de esquemas de percepção, de apreciação e de ação, ou seja, “um conjunto de conhecimentos práticos adquiridos ao longo do tempo que nos permitem perceber e agir e evoluir com naturalidade num universo social dado” (Loyola, 2001: 68). O habitus é um gerador de estratégias e um operador de racionalidade prática de um determinado campo social ao qual um agente pertence. Nesse sentido, pode-se falar de um habitus religioso que é estruturado e estrutura o campo religioso bem como de um habitus midiático que caracteriza e constitui nos modos de ação e de percepção de ação do campo midiático.

É o habitus midiático, portanto, que configura os modos de operação dos dispositivos midiáticos, mesmo que estes dispositivos sejam instituídos no âmbito das igrejas. Contudo, o fato de serem instituídos em outro lugar que não o das instituições midiáticas também produz seus efeitos sobre as operações em dispositivos. Há uma lógica própria do campo religioso que também se apresenta no dispositivo midiático. Esse cruzamento de lógicas de campos diversos num mesmo dispositivo é o que Ferreira (2008) define como ortogonalidade ou acoplamento. Nesse sentido, o discurso religioso e o discurso midiático tanto podem cooperar entre si, pelo modo como o habitus discursivo midiático é permeável à passagem de outros discursos, como também podem produzir tensões e resistências mútuas. Do mesmo modo, na relação tanto de INM como de IM com os atores individuais ocorre esse tipo de processo.

Se a emergência do campo dos mídias se dá a partir da necessidade social de especialização discursiva e pode ser considerado como “a resposta, ao nível da organização da sociedade, a este vasto conjunto de necessidades de ordem cultural que nasceram da generalização da linguagem” (Esteves, 1998: 131), o discurso é o principal produto e o resultado final do funcionamento do campo dos mídias. A mídia produz discursos e todas as suas funções têm no discurso o seu objetivo e a sua expressão final. Isso significa dizer que o dispositivo

---

mediático também opera principalmente no nível discursivo, ainda que em cooperação com as dimensões técnico-tecnológicas e socioantropológicas. É por causa desse habitus discursivo que caracteriza o campo mediático que um dispositivo pode ser considerado mediático ainda que instituído por outro campo social.

### **Esquema para análise da midiatização em perspectiva metodológica**

A proposição do esquema acima para explicitar o modo como a midiatização se realiza em processo contribui para visualizar de modo sintético a complexidade deste fenômeno social. Mas, a sua operacionalização para desenvolver a análise de materiais em casos específicos requer a explicitação de certos procedimentos analíticos. Neste ponto, disserto sobre os procedimentos que utilizei para a análise dos materiais, discutindo, ao final, as suas possibilidades para o estudo da midiatização em suas diferentes perspectivas.

Ao longo da minha pesquisa, reuni um conjunto de materiais que pudessem ser analisados na perspectiva de observar os modos como as igrejas protestantes históricas brasileiras lidam estrategicamente com a comunicação, tendo em vista o processo de midiatização da sociedade no qual estão também implicadas. Esses materiais foram reunidos ao longo de um processo cumulativo e em diálogo com o aporte teórico mobilizado. Em coerência com o esquema acima proposto, mobilizei três conjuntos de materiais para análise.

O primeiro correspondeu aos dispositivos das igrejas que definem e regulam as suas práticas de comunicação. São o conjunto de “documentos oficiais das igrejas sobre comunicação”. O segundo conjunto de materiais foi os dispositivos midiáticos instituídos pelas próprias igrejas, mas que operam segundo o habitus do campo dos mídias. Integram esse conjunto os dispositivos de mídia impressos, como os jornais ou revistas, e os audiovisuais, como as páginas da web. O terceiro conjunto de materiais vinculou-se aos dispositivos midiáticos de resposta, inspirado na proposta do sistema crítico de resposta (Braga, 2008). São os materiais que dão expressão às manifestações discursivas dos atores individuais e que circulam em dispositivos midiáticos. Entram aí as

---

cartas dos leitores em jornais e revistas, as postagens de internautas nos sites das igrejas e testemunhos disponibilizados em dispositivos midiáticos.

Sobre este terceiro conjunto de materiais cabe uma explicação mais detalhada. Para dar conta dos dispositivos que constituem a relação entre atores individuais e instituições não-midiáticas, de um lado, e atores individuais e instituições midiáticas, de outro, busquei no sistema de resposta social (Braga, 2008) as referências para relacionar esta terceira instância com as duas primeiras. O “sistema de interação social sobre a mídia” ou, mais sinteticamente, “sistema de resposta social”, que Braga propõe, consiste de um terceiro sistema de processos midiáticos na sociedade, ao lado dos sistemas de produção e de recepção. Em sua perspectiva, o sistema social de resposta completa a processualidade de midiaticização social geral, fazendo-a efetivamente funcionar como comunicação. Esse terceiro sistema corresponde a atividades de resposta produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos e processos midiáticos que se caracteriza como um sistema de circulação diferida e difusa. Isso significa dizer que os sentidos midiaticamente produzidos não apenas são recebidos pela sociedade como passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, agindo sobre a cultura (Braga, 2008). A circulação que se realiza no sistema de resposta social trata daquilo que, tendo sido veiculado pela mídia, depois circula na sociedade, ou seja, refere-se àquilo que a sociedade faz com a sua mídia.

Nesse sentido, os dispositivos que realizam essa circulação são os mais variados possíveis e se caracterizam como modos organizados e suscetíveis de apreensão sistematizada e sistêmica – ou seja: funcionam dentro de um sistema social, largamente “determinados” por este (ou por suas lógicas), para que a sociedade atue sobre a mídia (ao “falar” sobre esta e seus produtos). Em Braga, estes dispositivos podem ser desde cineclubes, sites de crítica da mídia, fóruns de debate sobre rádio e televisão, até produções acadêmicas sobre os meios, processos de autocrítica da imprensa, cartas de leitores, postagens em sites, blogs, entre outros, muitos dos quais utilizam a própria mídia como veiculador. Com base nesta perspectiva é que escolhi os dispositivos midiáticos de resposta para a minha análise.



---

Em minha pesquisa, a análise dos dispositivos midiáticos selecionados implicou em considerar aspectos discursivos, técnico-tecnológicos e sócio-antropológicos. Assim, as metodologias como a de análise documental, de conteúdo, de discurso, semiótica, bem como estudo de caso e a análise da cultura de uma organização e ainda a comparação, análise hermenêutica, análise de imagem foram mobilizadas em diferentes combinações.

Ao analisar os dispositivos, mobilizei sete categorias, a saber, as categorias de autorreferência direta e indireta e heterorreferência direta e indireta, e de valor, visibilidade e vínculo. Cada dispositivo foi decomposto em formulações discursivas. Utilizo o termo *formulações discursivas* para distinguir as unidades ou fragmentos de texto e/ou de elementos gráficos que compõem um texto, uma página de jornal ou um website. Evito, assim, confundir estes fragmentos com o conceito de *formação discursiva* utilizado por Foucault (1970) que seria demasiado para as finalidades metodológicas desta análise dos materiais.

Aparentemente, as categorias de autorreferência e heterorreferência poderiam dar a sensação de corresponderem a outro nível de análise. No entanto, são elas que permitem observar as relações que as demais categorias estabelecem entre si na sua própria instância e com as das demais instâncias do esquema. Ou seja, valor, visibilidade e vínculo se constituem como categorias válidas para a análise da midiaticização justamente ao serem combinadas no mesmo nível com as categorias de auto e heterorreferências.

No caso dos documentos das igrejas e dos dispositivos midiáticos de resposta, cada formulação discursiva corresponde a uma frase dos textos, entendendo-se frase como tudo aquilo que começa com uma letra maiúscula e termina com um ponto. Numeradas a partir de um, as frases foram analisadas segundo a ocorrência da presença de pelo menos duas ou mais das sete categorias. No caso dos dispositivos midiáticos, as formulações discursivas correspondem a um conjunto de elementos que, em suas relações internas, constituem uma formulação discursiva específica. A máscara de um jornal ou a relação entre um título e um número de página, por exemplo. Os elementos

foram combinados em tabelas, nas quais as categorias formaram sete colunas e as “frases”, as linhas, conforme exemplo abaixo (tabela 1). O procedimento foi feito para cada dispositivo analisado.

TABELA 1  
Exemplo de tabela analítica

	ARD <sup>5</sup>	ARI	HRD	HRI	VAL	VIS	VIN
Frase 1	x			x	x	x	

Estes procedimentos de análise, porém, foram construídos no processo. Inicialmente, classifiquei os conteúdos dos materiais de acordo com os sistemas de valor (VAL), de visibilidade (VIS) e de vínculo (VIN). Contudo, no decurso das análises, percebi que essa classificação não contribuía para a compreensão dos materiais analisados, nem criava possibilidades de conexão entre eles. Então, partindo das operações auto e heterorreferências em dispositivos, comecei a classificar o material com base nestas operações. Para isso, considerei autorreferente todo elemento da formulação discursiva que referia o próprio dispositivo ou a instância à qual, pelo habitus, ele estava vinculado. Consequentemente, tomei como heterorreferente os elementos da formulação discursiva que referiam outros dispositivos diferentes dele mesmo e relativos às demais instâncias da mediação implicadas, ou as próprias instâncias diferentes daquela ao qual o dispositivo estava vinculado.

Esse procedimento mostrou que em cada uma das operações autorreferenciais havia pelo menos dois tipos: uma direta (ARD) ao dispositivo ou instância em questão e uma indireta (ARI), referenciada a outros dispositivos ou instituições da mesma instância. Por exemplo, nos documentos sobre a política de comunicação das igrejas, havia referências à própria igreja e outras ao campo religioso em geral, de modo que passei a classificar essas operações autorreferentes em diretas e indiretas, respectivamente. Em decorrência disso,

<sup>5</sup> ARD: autorreferência direta; ARI: autorreferência indireta; HRD heterorreferência direta; HRI: heterorreferência indireta; VAL: valor; VIS: visibilidade; VIN: vínculo.

---

as operações heterorreferenciais também foram classificadas em diretas (HRD) e indiretas (HRI).

Deste modo, sempre que uma referência aludia a um elemento singular dentro de qualquer instância, considere essa alusão como direta. Quando uma referência era genérica, considere indireta. Exemplo disso é a referência a um jornal em particular – referência direta – e a jornal em geral – indireta –, ou a uma igreja em particular e às igrejas em geral, ou, ainda, a um ator individual em particular – João, Maria, os pastores da igreja – e a um indeterminado – o público externo, as pessoas, a sociedade. A partir destas definições pude chegar ao quadro analítico acima, no qual identifiquei estas operações em cada uma das instâncias na sua relação com os sistemas de valor, de visibilidade e de vínculo.

Esses sistemas comparecem nas formulações discursivas como expressões que denotam valor, ou constituem modos de dizer e de mostrar, ou, ainda, como interpelações que levam a vínculos. No caso do sistema de valores, são marcas de sua presença os conceitos, as avaliações, os qualificativos, as definições como por exemplo, as palavras ou expressões como “leitura crítica dos meios”, “evangelho”, “dignificar o meio pela grandeza da mensagem”. O sistema de visibilidade mostra-se pelas expressões ou elementos gráficos que articulam modos de dizer e de mostrar conteúdos. Palavras como “divulgar”, “proclamar”, “veja”, “leia” integram esse sistema. No sistema de vínculos estão as expressões ou elementos gráficos que referem conexões ou remetem a interações. Interpelações como “você”, ou elementos como links e menus constituem elementos do sistema de vínculos. Em muitos casos, é a relação que estabelecem numa determinada formulação discursiva que os referencia a um ou outro sistema. Mas também é possível verificar que um mesmo elemento pode comportar relações simultâneas a diferentes sistemas, como é o caso de um link a partir da expressão “quem somos”, que tanto opera como vínculo, como visibilidade e como valor.

Na análise dos dispositivos das igrejas, portanto, de modo geral, busquei expressões e termos que traduzam o sentido de mídia, meios de comunicação e que tais, verificando como aparecem no documento, se como um valor ou como

---

uma estratégia de visibilidade ou mesmo como um modo de vincular. Outro aspecto que procurei elencar foram as expressões ou termos que definem os públicos para o quais as igrejas voltam as suas estratégias. Estão aí palavras como “público”, “membros”, “comunidade”, etc., que denotam a construção de um ator individual, um ente capaz de reconhecimento, para o qual se orienta a produção discursiva das igrejas. Correlacionado a isso, observei se estas expressões se referem a valor ou a estratégias de visibilidade ou de vínculo, marcando-as na tabela.

O mesmo procedimento metodológico foi realizado para o segundo e o terceiro conjuntos de materiais, respeitadas as peculiaridades de cada qual. Por exemplo, nos dispositivos midiáticos, as expressões como “você”, “leitor” “nós”, entre outras foram tomados como operadores da condução das estratégias de vínculo. Por outro lado, os termos teológicos, à recorrência a uma linguagem religiosa, mostram a vinculação dos dispositivos com a instituição religiosa. Mas referências ao mundo da vida secular são modos de perceber as estratégias para estabelecer outros vínculos. No caso dos materiais dos dispositivos de resposta, busquei as referências dos atores individuais a uma igreja em particular ou ao programa ou produto midiático a que teve acesso. Sua identificação explícita ou implícita mostra o grau de vínculo com a instituição ou mídia e também os modos como opera com estratégias de visibilidade e qual valor está colocando em operação.

Após mapear as formulações discursivas, decompondo os seus elementos de acordo com as categorias de análise, procurei identificar os agrupamentos que se formaram pela presença recorrente de certas categorias em formulações diferentes. A partir daí, busquei identificar os níveis de mediação presentes nos dispositivos, considerando, por exemplo, a presença do sistema de visibilidades como um elemento essencial na consolidação de um grau maior de mediação e a sua ausência como um grau menor, buscando identificar também os níveis intermediários. Cabe ressaltar, ainda, que ao fazê-lo, foi preciso considerar que as heterorreferências são alusivas às demais instâncias da mediação, de modo que, quanto mais as formulações discursivas remetem

---

à instância das instituições midiáticas, mais se observa a presença de processos de mediatização.

### **Considerações finais**

O que procurei assinalar acima foi o papel fundamental dos dispositivos midiáticos na operacionalização das mútuas interações entre o midiático, o não-midiático e os atores individuais. Os dispositivos se impõem como lugar observável dos processos midiáticos por causa do seu caráter tridimensional, ou seja, por se constituírem como uma materialidade tecno-simbólica e interacional. Essa três dimensões operam umas sobre as outras, o que leva a tomar os dispositivos pelos seus processos. Isso permite que atuem de forma a organizar e dinamizar as relações entre as instâncias, às quais servem de espaço transicional.

Em razão disso, as categorias de auto e heterorreferência adquirem maior importância, porque revelam os modos como o dispositivo atua ao operar as interações entre instâncias distintas. A relação delas com as categorias de valor, visibilidade e vínculo permite avançar na percepção de que a própria mediatização é processo inconcluso e que, por isso, pode-se falar em níveis de mediatização, ou seja, as instituições não-midiáticas tanto podem rechaçar a mediatização como acolhê-la como parte essencial de sua dinâmica de difusão de valores, de obtenção de visibilidade e de estabelecimento de vínculos.

Nesse sentido, na mediatização, os dispositivos midiáticos impõem as lógicas de operação das instituições midiáticas às instituições não-midiáticas operando transformações no seus habitus. Além disso, de seu lado, as instituições não-midiáticas podem tomar o midiático para operar discursivamente sobre ele, formulando regras e estabelecendo estratégias, ao passo que o dispositivo midiático pode tomar a instituição e seu sistema de valores como substrato para suas operações discursivas.

Pela performance dos dispositivos midiáticos, portanto, a mediatização vai se impondo à sociedade em processo que envolve as três instâncias aqui referidas e cujas mútuas afetações procurei sintetizar no esquema acima. Ao

explicitar os procedimentos de análise, quis apresentar um caminho possível para dar consistência analítica ao estudo da mediatização em suas diferentes perspectivas. Por fim, ressalvo que o exposto aqui pode ensejar uma série de questões que, ainda que trabalhadas com mais exatidão na tese, nos limites desse artigo, ficaram por serem aprofundadas em outro momento. Em quaisquer dos casos, no entanto, o que apresentei aqui está modestamente posto para o debate.

### Referências

- BOURDIEU, Pierre. *A Distinção. Crítica social do julgamento*. Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BRAGA, José L. *A sociedade enfrenta a sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus. 2006.
- CARLON, Mario. *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Tucuman: La Crujia, 1999.
- DELEUZE, Gilles. *Foucault*. Tradução de Claudia Santana Martins. São Paulo: Brasiliense, 2005.
- ESTEVES, João Pissarra. A formação dos campos sociais e a estrutura da sociedade moderna. In: FAUSTO NETO, Antônio. *A Igreja doméstica: Estratégias televisivas de construção de novas religiosidades*. São Leopoldo: Cadernos IHU, ano 2, n. 7, 2004.
- ESTEVES, João Pissarra. A formação dos campos sociais e a estrutura da sociedade moderna. In: \_\_\_\_\_. *A ética da comunicação e os media modernos*. Legitimidade e poder nas sociedades complexas. Fundação Calouste Gulbenkian. Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, 1998.
- FERREIRA, Jairo. *Mídia e conhecimento: objetos em torno do conceito de dispositivo*. Núcleo de Pesquisa Comunicação Educativa, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, 4 e 5 setembro, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos*. Líbero (FACASPER), v. 1, p. 1-15, 2006.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso. Aula inaugural no Collège de France*. Tradução de Edmundo Cordeiro e Antônio Bento, 2 de dezembro 1970.
- KUNZLER, Caroline de Moraes. *A teoria dos sistemas de Niklas Luhmann*. Estudos de Sociologia, Araraquara, 16, p.123-136, 2004.
- LOYOLA, Maria Andréa. *Pierre Bourdieu. Entrevistado por Maria Andréa Loyola*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002.

- 
- LUHMANN, Niklas. *A improbabilidade da comunicação*. Tradução de Anabela Carvalho. 4. ed. Lisboa: Vega, 2006.
- \_\_\_\_\_. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Papyrus, 2005.
- PICHON-RIVIÈRE, Enrique; QUIROGA, Ana P. de. Del Psicoanálisis a la Psicología Social (octubre, 1972). Área 3. *Cuadernos de temas grupales e institucionales*, n. 9, primavera 2003.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. A gênese do campo dos mídia. In: SANTANA, R. N. (Org.). *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. Teresina: Ed. Renan, 2000, p. 201-214.
- \_\_\_\_\_. Experiência, modernidade e campos dos media. *Ciberlegenda*. n. 3, 2000. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Mestrado e Doutorado) da Universidade Federal Fluminense.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para la análisis de la mediatización. *Revista Diálogos*, n. 37, Lima, 1987.
- WINKIN, Yves. *A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Tradução de Roberto Leal Ferreira. Campinas: Papyrus, 1998.