



A EMERGÊNCIA DO CAMPO DE SIGNIFICAÇÃO DAS ONG'S NA WEB **(referências de uma pesquisa)**

Prof. Dr. Jairo Ferreira

UNISINOS¹

Resumo: Esse artigo apresenta as referências que fundamentam uma pesquisa (em andamento) sobre os dispositivos digitais assinados pelas ONG's. Essa análise tem como foco empírico três instâncias do dispositivo: os sites e portais assinados pelas Organizações Não Governamentais - ONG's, na Web; o contexto de produção, a partir dos mercados financiadores dessas mídias (no caso, as próprias ONG's); e, as rotinas de produção pensadas a partir das agências de produção desses sites. Em termos de campo acadêmico da comunicação, é uma investigação sobre o discurso em suas relações com o campo de recepção formado pelos agentes sociais (ONG's e ofícios midiáticos, profissionais e não profissionais) localizados na produção midiática. O objetivo geral é identificar o campo de significação das ONG's na Web.

Palavras-Chave: Discurso, Mídia e sociedade.

Introdução

Esse artigo apresenta as referências que fundamentam uma pesquisa (em andamento) sobre os dispositivos (Peraya, 1999a, 1999b; 1999c; Le dispositif, 1999) digitais assinados pelas ONG's. Essa análise tem como foco empírico três instâncias do dispositivo: os sites e portais assinados pelas Organizações Não Governamentais - ONG's, na Web; o contexto de produção, a partir dos mercados financiadores dessas mídias (no caso, as próprias ONG's); e, as rotinas de produção pensadas a partir das agências de produção desses sites. Em termos de campo acadêmico da comunicação, é uma investigação sobre o discurso em suas relações com o campo de recepção formado pelos agentes sociais (ONG's e ofícios midiáticos, profissionais

¹ Esse artigo é vinculado à pesquisa intitulada “A emergência do campo de significação das ONGs na Web : interface e contexto de produção em dispositivos digitais”. Essa pesquisa, coordenada pelo autor do artigo, é desenvolvida no Centro de Ciências da Comunicação da Unisinos e conta com auxílio da FAPERGS.



e não profissionais) localizados na produção midiática. O objetivo geral é identificar o campo de significação das ONG's na Web.

A partir desse objetivo geral, propomos os seguintes objetivos específicos :

- a. identificar os objetos de conhecimento (Ferreira, 2002e, Foucault apud Faircough, 2001), os receptores imaginados (Charaudeau, 1997) e os enunciadores (as próprias ONG's e autores individuais que assinam textos no interior desses sites), através da interpretação das várias manifestações materiais (Verón, 1980) que compõem os discursos das ONG's em sites por elas assinados,
- b. articular objetos de conhecimento, enunciadores e receptores imaginados, num conjunto de investimentos discursivas primários² (enunciação e narrativas temáticas), fundados a partir de um “certo enfoque teórico” (Verón, 1980, Charaudeau, 1983) que permita situá-las relativamente a determinados campos sociais (os mercados econômicos, sociais e políticos) e/ou em regimes pré-mercantis;
- c. delinear os discursos midiáticos das ONG's na Web como um fluxo de “efeitos de sentido” (Verón) pensados não a partir da oposição “ciência e ideologia”, mas, do que consideramos como vértices das formas de interpretação do mundo : a simbólica (compreendida a partir de Bourdieu, 1998, Baudrillard, 2002, Sodré, 2002, Habermas, 1999, Ferreira, 2002); a estratégica (Bourdieu, 1998, Habermas, 1999, Ferreira, 2002), a racional (no sentido de que fala Eco, 1993, Habermas, 1999, Ferreira, 2002) e a referencial (Rodrigues, 2001, Luhmann, 2000, Ferreira, 2002).

A partir da realização desses objetivos, pretendemos investigar as “condições de produção” (Verón, 1980) dos discursos que compõem o corpus dessa pesquisa através de entrevistas e questionários a serem aplicados em dois níveis de receptores vinculados aos contextos de produção. A opção pelo contexto de produção decorre de uma problemática identificada pelo conceito de auto-referencialidade do discurso midiático. Queremos verificar

² Chamamos de investimentos discursivos primários o conjunto de regras e leis do discurso identificadas pelas diversas concepções de análise do discurso fundadas por Pêcheux. Situamos aqui os conceitos e relações elencados por Charaudeau, Maingueneau, Authier-Revus, etc.

em que medida ocorre, na produção de sentido, uma identidade entre o discurso midiático e os níveis da recepção produtiva³ constituída pelos quadros de referência dos campos dos ofícios midiáticos⁴ (agentes sociais produtores de sites na Web) e campo dos mercados financiadores⁵ (no caso, o subsistema formado pelas ONG's que assinam esses sites).

Através da interpretação de sites, de entrevistas estruturadas e questionários a serem aplicados junto ao campo dos ofícios midiáticos e mercados financiadores definidos acima, queremos relacionar a produção de “efeitos de sentido” resultantes das interpretações dos materiais discursivos (os objetivos a, b e c acima) aos “efeitos de sentido” pretendidos pelos produtores desses sites (objetivos d e e, abaixo). Os produtores serão questionados a partir de um roteiro convergente com as análises realizadas em torno dos objetivos anteriores (a, b e c). Esses efeitos serão remetidos e vinculados a diversos lugares identificados na produção midiática pelas teorias do jornalismo (Traquina, 1993 e 2001). Assim, trata-se de localizar os “efeitos” conforme investimentos específicos relativos: ao caráter informacional da mídia; ao peso das ONG's e das agências de produção midiática na produção; ao valor da ação estratégica (política) na edição dos sites; aos processos de agendamento; às decisões individuais dos produtores de sites; à definição de interlocutores e objetos de conhecimento; aos tipos de acesso às mídias; aos recursos de vozes externas / internas e, à oposição informação e opinião. Como afirmamos, as entrevistas estruturadas e questionários serão aplicados ao:

- d. campo dos ofícios midiáticos constituído pelas agências produtoras de mídia digitais vinculadas aos sites das ONG's (e que se interpõem na produção de discursos em dispositivos de comunicação);
- e. campo do que chamamos de mercados financiadores e co-autores das mídias digitais em estudo, composto pelas ONG's.

Finalmente, pretendemos correlacionar, quantitativa e qualitativamente, os objetivos “d” e “e” com os principais “a”, “b” e “c”.

³ Ver conceito no item referências conceituais.

⁴ Idem.

⁵ Idem.



1. Análise de dispositivos midiáticos

A pesquisa parte de um conceito de mídia que desenvolvemos a partir de vários autores (Peraya, Charaudeau, Aumont, Luhmann etc.), girando em torno do conceito de dispositivos. O conceito de dispositivo abrange as mediações situacional e tecnológica (termos utilizados na teoria da recepção) e também os aspectos discursivos, normativos, simbólicos, funcionais e referenciais que incidem nas interações, no tempo e espaço, propiciadas pela conexão de suportes tecnológicos. O termo terá, na comunicação, diversas acepções que procuramos revisar, buscando, assim, desnaturalizar o conceito de tecnologia e situar um campo de reflexão, problemática e proposições em que inserimos nossa compreensão sobre a produção de sentido e conhecimento em processos midiáticos (Ferreira, 2002c, 2002d e 2002e).

Jacques Aumont vai caracterizar o dispositivo em torno dos “meios e técnicas, seu modo de circulação e eventualmente de reprodução, os lugares onde eles estão acessíveis e os suportes que servem para difundi-los” (Aumont, 1995: 135). Nesse sentido, o museu, o cinema, a televisão são dispositivos. Essa formulação funcional aparece também no jornalismo. Mouillaud (1997) afirma que os dispositivos jornalísticos são lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem (necessariamente) os textos (linguagens icônicas, sonoras, gestuais etc...). O dispositivo tem uma forma que é sua especificidade, em particular, um modo de estruturação do espaço e do tempo. O dispositivo é também uma ‘matriz’ que impõe suas formas aos textos (Exemplo: uma conversação ‘informal’ se inscreve nas formas da conversação, como variante de um paradigma). Esse autor fala ainda da conexão entre vários dispositivos, o lugar institucional onde existem e, “considerados do ponto de vista genético, o dispositivo e o texto se precedem e determinam-se de maneira alternada (o dispositivo pode aparecer como uma sedimentação do texto, e o texto, como uma variante do dispositivo, por exemplo, um número do jornal diário e sua coleção)” (Mouillaud, 1997, p. 29-35).

Na perspectiva da análise do discurso, Maingueneau (2001) também é um dos autores que utiliza o conceito. Esse autor afirma:

“Quando tratamos do mídiu de um gênero de discurso, não basta levar em conta seu suporte material no sentido estrito (oral, escrito, manuscrito, televisivo etc.)... é necessário partir de um dispositivo comunicacional que integre logo de saída o mídiu. O modo de transporte e de recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto, modela o gênero de discurso (Maingueneau, 2001: 72. Grifo nosso)”.

Esses conceitos, ainda funcionais, nos informam dois momentos sobre o que queremos acentuar. Um crítico, relativo à redução do dispositivo a intermediário entre dois sujeitos. Outro, positivo, de reconhecimento de que a análise da produção de sentido que desconheça o dispositivo pode creditar à linguagem processos e produtos típicos de outros aspectos do dispositivo. Isto é, o valor do conceito de dispositivo é compreender a produção do sentido não mais a partir do suporte tecnologia ou linguagem, mas de um conjunto de relações práticas, discursivas e tecnológicas. Na comunicação, essa formulação deve seu valor a Verón, que situa o dispositivo como lugar de enunciação (Verón apud Meunier, 1999: 86).

A idéia de que o ato de linguagem se realiza circunscrito a um dispositivo é compartilhada por Charaudeau: “A cada situação de comunicação contratada, vincula-se um dispositivo particular, que constitui as condições materiais ad hoc, pelas quais se realiza o contrato, em relação com seus outros componentes, e um quadro de restrições” (1997: 117). O conceito de dispositivo nesse autor abrange um ou mais tipos de materiais de constituição discursiva (a voz, a imagem, o gesto etc.), o suporte (pergaminho, papel, tela de um computador) e a tecnologia. Porém, se virmos o organograma da página 233, dessa obra, contataremos que o dispositivo em Charaudeau fica subordinado ao contrato midiático. É, nesse sentido, que utilizamos algumas de suas idéias (instâncias de produção e recepção divididas em interna e externa), mas considerando que o dispositivo abrange a produção, recepção, finalidades, identidades, tematização, estratégias, discursos e cenários das trocas. Portanto, a análise do dispositivo requer, em nossa perspectiva, sua caracterização funcional. Nossa preocupação é convergente com a proposta de Peraya:

“Toda descrição que respeita o modelo proposto não poderá se satisfazer nem de uma descrição global - Web, Internet, televisão etc. - nem particular- a análise estrutural da mensagem dos filmes, por exemplo. Ao contrário, parece-nos essencial primeiramente isolar os diferentes aspectos, as diferentes dimensões



estruturando o dispositivo: as formas de representação da informação e dos conhecimentos - no sentido de formas simbólicas e semióticas -, formas de difusão, de apresentação, de produção e recepção das mesmas. Depois em um segundo momento, e em uma perspectiva integrativa, é necessário analisar os efeitos mútuos destes diferentes elementos. A exigência desta discriminação inicial marca, sem nenhuma dúvida, a ordem da metodologia, e não, a da cronologia” (Peraya, 1999 a).

Nossa proposta teórica (Ferreira, 2002c e 2002d) tem, como referência, a proposta de Peraya (1999^a e 1999b), agregando elementos presentes em Charaudeau. O modelo proposto é o seguinte: a) Contexto de produção; b) Contexto tecnológico; c) Linguagem; d) A recepção.

2. O discurso midiático

Nosso objeto de estudo não é o dispositivo em seu conjunto. Isto é, o estudo dos dispositivos é relacional, mas deve ter o seu foco em uma das instâncias principais (produção, tecnologia, linguagem e recepção), a partir da qual identificam-se relações de interações possíveis com outras instâncias.

Nossa investigação se localiza na análise do discurso midiático. Na medida em que o discurso (Verón) é produção, troca, circulação e consumo, e que sua análise é sempre um estudo de recepção (na medida em que analisar o discurso é interpretar), afirmamos que há uma problemática do discurso em cada dimensão do dispositivo midiático. Nossa pesquisa situa essa problemática nas relações entre os materiais discursivos e os contextos de produção. Entendemos o contexto de produção conforme as questões sugeridas pela análise do discurso promovida pela sociologia (de Marx à Bourdieu⁶): as posições dos autores no campo da produção e o mercado para o qual são produzidos os discurso, incluindo os mercados sucessivos de recepção. Desdobramos aqui dois lugares específicos na produção midiática: o mercado dos agentes sociais financiadores (configurados em termos de mercados econômicos, culturais e políticos); o mercado dos ofícios midiáticos (jornalistas, publicitários, designers,

⁶ “Não existe ciência do discurso considerado em si mesmo e por si mesmo; as propriedades formais das obras desvelam seu sentido somente quando referidas às condições sociais de sua produção – ou seja, às posições oculta por seus autores no campo de produção – e, por outro lado, ao mercado para o qual foram produzidas (que não é outra coisa senão o próprio campo de produção) e, eventualmente, aos mercados sucessivos de recepção de tais obras” (Bourdieu, 1996, 129).



webmasters, etc.). Nos interessa pensar o mercado dos agentes sociais financiadores a partir das ONG's e, dos ofícios midiáticos, das agências produtores de sites.

O conceito de auto-referencialidade (pensado sociologicamente por Bourdieu e em termos de sistema por Luhmann), e de consumo produtivo (ou produção para a produção, em Marx) fundamentam essa opção para a análise do discurso, cujos processos de recepção são constituídos pelo campo dos ofícios e mercados financiadores. Jogam-se aqui diversos níveis de autonomia e identidades sociais constituídas em processos discursivas: a autonomia das ONG's como produtoras de discursos sociais; a autonomia do campo midiático, através dos investimentos realizados pelos ofícios na produção discursiva, que nasce do reconhecimento e desconhecimento dos discursos anteriores das ONG's; da identificação e das ONG com os “efeitos de sentido” produzidos através dos materiais discursivos em torno de determinados objetos de conhecimento.

Objetos de conhecimento referem-se aos processos identificados por Foucault de que “os objetos do discurso são constituídos e transformados em discurso de acordo com as regras de uma formação discursiva específica” (Faircough, 2001, p. 65). Consideramos, assim, que a mídia produz objetos de conhecimento assim como a ciência e o dito pensamento de senso comum. Isto é, os materiais discursivos nos sites assinados pelas Web constituem objetos diversos em torno de temáticas afins. Consideramos aqui a possibilidade de identificar os objetos de conhecimento não somente através de análise de conteúdo, mas principalmente analisar o discurso conforme estruturas que chamamos de primárias (em particular, a enunciação e a narrativa).

Em termos de enunciação, nos interessa verificar, nos termos do discurso midiático, os protagonistas que Charaudeau identifica como EU enunciador e TU destinatário. Assim, um determinado site tem uma ONG como enunciadora institucional, que faz de si – através de linguagens de várias naturezas (fotografia, textos, esquemas etc.) – uma proposição de imagem . Ao mesmo tempo, desfilam, no site, vários outros enunciadores (individuais e também institucionais), que se situam em lugares diversos em termos de imaginário. O site em geral e os enunciadores individuais e institucionais que ali “falam” dirigem-se ou envolvem-se com outros agentes sociais (o “eles” institucionais e individuais) na trama que tecem em seus atos de linguagem. Esses, junto com um público indiferenciado, constituem o que chamamos o universo de interlocutores explícitos, internos ao ato de fala.

Em termos de narrativa, queremos identificar os objetos em jogo nos atos de fala. Nesse sentido, todo o discurso é uma narrativa que se lança do presente na perspectiva de uma vir-a-ser moral (uma situação moral desejada como final). A história do presente é retratada como relato dos eventos complicadores (objetos degenerativos), eventos de resolução (objetos regenerativos), análises de conjuntura e estratégias de ação, visando à conversão da situação atual na situação final (a vitória moral). Essa formulação corresponde a uma síntese, que propomos, entre a abordagem da ordem narrativa em Charaudeau (1983) e Adam (1987) transposta à análise do discurso midiático de cunho estratégico (político). Os agentes implicados aos atos de fala (retratados no parágrafo anterior) estão entrelaçados com esses objetos, compondo-se, portanto, com um devir pretendido que relaciona agentes e objetos sociais.

Analisar esses discursos na perspectiva da produção de sentido é identificar, num primeiro momento, o lugar de construções de atos de linguagem e seus entrelaçamentos. Consideramos que há quatro formas básicas de produção do sentido: a simbólica; a referencial; a estratégico; a lógico-racional (Ferreira 2002e). Na medida em que consideramos mídia como uma constituição social em que predomina o sentido simbólico, as outras são faces subordinadas, mas com autonomia relativa, e constituintes de transformações simbólicas no discurso midiático. Não há um fechamento teórico. Em cada uma das dimensões de sentido, devemos explorar várias possibilidades teóricas (Verón, Bourdieu, Baudrillard, Sodré, Eco, Rodrigues, num cotejo permanente com nossa tese sobre produção do sentido – Ferreira, 2002e).

3. Rotinas e investimentos de ofícios

A discussão sobre as condições de produção do discurso pode se referir tanto às condições infradiscursivas (o discurso como atos de fala, encadeados em proposições e reconhecimento) como às condições extradiscursivas (o discurso como as análises sugeridas de Marx a Bourdieu). Nesse segundo caso, desloca-se análise dos fluxos discursivos marcados pelos atos de linguagem para buscar, fora desse leito, condições sociais que expliquem a produção de sentido. Um nível dessas condições externas, é o que chamamos mapa das rotinas. Queremos identificar esse mapa não apenas através do “olhar” dos ofícios midiáticos,



mas também das ONGs (na medida em que essas participam das rotinas produtivas de mídias na Web como instituições financiadoras, dispositivos sociais e agentes de fala).

Nesse aspecto, o problema da produção de sentido situa a problemática do discurso midiático nos investimentos específicos realizados pelos ofícios (profissionais ou não) na produção comunicacional. Aqui, ingressa o problema das relações e estruturas em estudo (sem as quais, é impossível – como diz Verón – analisar o discurso). Nesse sentido, sugerimos que as teorias de jornalismo se constituem em referência interessante para um roteiro de pesquisa na esfera da recepção produtiva, na medida em que indicam processos sociais efetivos que operam na produção discursiva.

Assim, podemos colocar as questões relativas a um primeiro nível da dimensão extradiscursivas. Quais as articulações dos efeitos de sentido com as diversas dimensões de produção identificadas pelas teorias do jornalismo (considerando cada uma dessas dimensões como investimentos a serem considerados na produção de um texto)? Isso significa investigar como operam os valores de objetividade (teoria do espelho), das opções individuais (gatekeeper), das injunções institucionais das ONGs e agências produtoras de sites (teoria organizacional), das estratégias (teoria da ação política) e da construção do acontecimento (formas de acesso à mídia em estudo, atores sociais envolvidos, os pseudo-eventos etc. como afirma a teoria construcionista).

Na medida em que um roteiro definido a partir das teorias de jornalismo não remete, diretamente, a produção do sentido, é necessário entendê-lo na forma de focos temáticos em torno dos quais se colocam questões pertinentes com o foco da pesquisa. Essa relação é mais ou menos direta em relação a algumas teorias. Assim, a teoria do espelho remete a questão da referencialidade e a teoria da ação política, nos aproxima da dimensão estratégica e política do discurso. Porém, as teorias de gatekeeper, organizacional e construcionistas não remetem a aproximações da produção do sentido, e sim se refere a processos sociais que atravessam essa produção. Então, colocam-se aqui, as relações entre esses processos sociais (o lugar do ofício, da organização e dos agentes sociais na produção do discurso das ONGs na Web) e a produção de sentido, enquanto que a busca da objetividade e a ação estratégia vai nos dar outros dados sobre os investimentos feitos na produção discursiva.

A recepção – as ONG's e os agentes sociais produtores de sites – certamente (nos baseamos em pesquisa exploratórias realizadas na disciplina de Teorias de Jornalismo, onde



alunos entrevistaram jornalistas a partir de roteiros definidos conforme as teorias de jornalismo acima abordadas) darão “respostas” dissipadas (isto é, não há um padrão para muitas questões), mas ao mesmo tempo é possível identificar algumas regularidades que orientam a produção midiática. Em conjunto, configuram estruturas, conflitos, negociações e tensões entre os dois campos de recepção situados na esfera da produção, possibilitando, quem sabe, a identificação de um fluxo de sentido – configurado como campo – que nos permita identificar lugares sociais de produção midiática singulares.

4. O mapa dos capitais

A segunda dimensão extradiscursiva que identificamos (em trabalhos exploratórios sobre o jornalismo) como ordenadora da produção de sentido é a de campos sociais (Bourdieu). Essa instância situa-se nas franjas dos dispositivos midiáticos, remetendo-o para fora, isto é, para um conjunto social que se dissipa via mercados e capitais e se acopla em universos simbólicos. Nossa formulação hipotética é de que essa dimensão configura o continente – de mercados, capitais e condensações simbólicas – que se expande, condiciona e é condicionado pela topologia das rotinas e do discurso como ato de linguagem.

Em primeiro lugar, é necessário lembrar que o uso da terminologia “campos” pertence ao senso comum e à conceituação científica. Em termos de senso comum, utilizamos, no espaço acadêmico, sem muito questionar, as expressões “campo dos educadores”, “campo dos comunicadores” etc. para nos referirmos à especificidade de um agrupamento social, mais ou menos vinculado ao mundo profissional (ou, se quisermos, a um agrupamento que desenvolve, na divisão social do trabalho, funções afins conforme a perícia técnica, tipos de saber, objeto e instrumentos de trabalho etc.). Mas há também a utilização dos termos conforme os conceitos desenvolvidos na sociologia crítica de Pierre Bourdieu. É, a partir desse autor, que desenvolvemos o nosso conceito de campos sociais. Trata-se, portanto, de uma referência a distribuição do espaço social conforme as distinções configuradas pela detenção dos capitais (econômicos, político e culturais), e às trocas simbólicas irredutíveis às lógicas dos mercados específicos.

Através de questionários, pretendemos verificar o lugar das ONGs e das agências produtoras de sites nos mercados. Aqui, vamos identificar os vínculos com os capitais



econômicos (as ONGs de empresas), culturais (as ONGs que atuam na esteira de movimentos culturais) e políticas (herdeiras dos movimentos sociais reivindicatórios modernos). Consideramos aqui que esses vínculos não são lineares ou cartesianos, mas se orientam em várias direções e dimensões, ao mesmo tempo em que nos informam inserções singulares dessas organizações e suas mídias no espaço social marcado pelo funcionamento mercantil.

Conclusões

Nesse artigo, apresentamos as referências de uma pesquisa em desenvolvimento sobre o campo de significação das ONG's na Web. Definimos o campo de significação como um universo de produção do sentido que emerge da *práxis social* em sua singularidade midiática. Isto quer dizer: um sentido que se produz em atos de linguagem, em rotinas e mercados. Isso desdobra a análise do discurso (conforme os autores citados) e a sociologia de Bourdieu, quando esse fala de *habitus* (estruturas objetivas de segunda ordem, ou subjetividade social estruturada como percepção, interpretação e produção - de sentido - do mundo, estruturadas e estruturantes) e sua distribuição conforme posições no *campo social* (estrutura objetiva de primeira ordem, na qual o indivíduo é atravessado por vetores de forças em luta pela definição do que é legítimo) em que está inserido. Em particular, essa proposição é próxima da idéia de “espaços de possíveis” (Bourdieu, 1996b). Isto é, não há linearidade, e os estudos ortogonais dessas relações devem ser configurados como espaço de possíveis entre os campos sociais da mídia e das ONG's, e o campo de significação, passando pelas rotinas e pelos atos de linguagem.

Porém, mantendo essa idéia de subjetividade social estruturada, substituímos o conceito de *habitus*, optando pelo *conceito de campo de significação* em decorrência da matriz que utilizamos em sua definição (o sentido não é genérico; ele é definido pelas formas de significação simbólica, referencial, funcional e lógico-racional numa proposição teórica que inauguramos em nossa tese de doutorado e que operamos, agora, com novos autores – Sodré, Baudrillard, Eco, Bourdieu, Verón, etc.). Isto  , herdando as contribui es da análise do discurso, vinculada   ling stica (estudo do encadeamento de atos de linguagem), e da sociologia do discurso (atos de fala referidos às rela es sociais mercantis), procuramos situar



a problemática na esfera do dispositivo midiático, privilegiando o lugar dos produtores (através das rotinas) como receptores – verificando, nessas dimensões, como o dispositivo midiático opera a fundação de sentido social em sua singularidade auto-referencial.

Nossa hipótese é de que a produção social de sentido não se reduz a uma topologia dos atos de linguagem, das rotinas e dos mercados circundantes (mesmo que constituída em torno de espaços de possíveis). Recursivo relativamente a essas condições sociais (infra e extradiscursivas) de sua produção, o sentido emerge da dissimulação de todas essas condições – ou, se quisermos, da transformação das condições em objetos simbólicos midiáticos, que podem ser analisados em diversas dimensões (a ruptura com o acontecimento, os atos diferidos, a troca sem igual, a interpretação hermética, etc.). Nessa dialética, entre recursividade relativamente às condições sociais de sua produção e emergência simbólica inovadora, procuramos interpretações que possam servir ao campo acadêmico da comunicação, ao campo dos movimentos sociais e aos ofícios midiáticos.



Bibliografia

- ADAM, J. *Lê récit* [1987]. Paris : Press Universitaires de France.
- ANDALUR, Izaskun Uzkudun e NAVARRO, José Reche [1999]. *SETEM Sevei tercer Mundo*. Barcelona - España. Revista GeoNotas. V. 3, n2, Abr/Mai/Jun.
- AUMONT, Jacques [1995]. *A Imagem*. São Paulo: Papirus.
- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline [1998]. *Palavras incertas. As não coincidências do dizer*. Campinas: Unicamp.
- BARDIN, Laurence [1977]. *L'analyse de contenu*. Paris. Presses Universitaires de France.
- BAUDRILLARD, J [2002]. *A troca impossível*. Rio de Janeiro : Rocco.
- BERGER, Christa [1998]. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Editora da Universidade. Ufrgs.
- BOURDIEU, P. [1990]. *Coisas Ditas*. 1. Ed. São Paulo. Brasiliense.
- BOURDIEU, P. [1992]. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras.
- BOURDIEU, P. [1996]. *Journalisme et éthique*. Actes du colloque fondateur du centre de recherche de l'Ecole Supérieure de Journalisme (Lille), Les cahiers du journalisme, Juin 1996, n°1.
- BOURDIEU, P. [1996] *A economia das trocas lingüísticas*, 1. Ed. São Paulo: Edusp.
- BOURDIEU, P. [1997]. *Razões práticas*. 2. Ed. São Paulo: Papirus, 1997.
- BOURDIEU, P. [1997b]. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- CHARAUDEAU, P. [1997]. *Le discours d'information médiatique*. La construction du miroir social. Paris: Nathan.
- CHARAUDEAU, P. [1983]. *Langage et discours. éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique)*. Paris: Classiques Hachette.
- CHARAUDEAU, P. [1984]. *Langage et société*. Papier de travail. Paris: Maison des sciences de l'homme.
- FAIRCOUGH, Norma [2001]. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- FAUSTO, Antônio [2001]. *Comunicação e mídia impressa. Estudos sobre a aids*. São Paulo: L Hacker Editores.
- FAUSTO, Ruy [1987]. *Marx. Lógica e Política*. São Paulo: Brasiliense.



- FERREIRA, J. [2001d]. A significação em listas de discussão: uma análise do discurso. *Colabora - Revista Digital da CVA-RICESU*, v.1, n. 2, novembro, 15 pags.
- FERREIRA, J. [2002^a]. A dinâmica dos atos de linguagem em listas de discussão. UFF. *Ciberlegenda*. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/rep>, v. 8.
- FERREIRA, J. [2002b]. Discurso e conhecimento: uma proposta metodológica. In: 11 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 2002, Rio de Janeiro. 11 COMPÓS - ECO-UFRJ.
- FERREIRA, J. [2002c]. Dispositivos discursivos e o campo jornalístico. *Ciberlegenda*, , Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/rep>. v. 9.
- FERREIRA, J. [2002d]. Mídia e conhecimento: objetos em torno do conceito de dispositivo. In: XXV. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2002, Salvador. XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIENCIAS DA COMUNICAÇÃO - Intercom: NP Comunicação Educativa. 2002d.
- FERREIRA, J. [2002e]. Campos de significação e conhecimento em dispositivos digitais: análise das interações discursivas em listas de discussão. Porto Alegre: UFRGS, 2002. 498 f. Tese (Doutorado em Informática na Educação) - Programa de Pós Graduação em Informática na Educação, Faculdade de Educação. UFRGS. Abril, 2002e.
- FERREIRA, J. [2002f]. Jornalismo como campo: do homogêneo ao heterogêneo. In: *Revista Fronteiras* (no prelo, edição 2002, v. 2).
- FERREIRA, Jairo Getulio. Discurso e conhecimento: uma proposta metodológica. In: 11 ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 2002, Rio de Janeiro. 11 COMPÓS - ECO-UFRJ. 2002.
- GOHN, Maria da G. [2000]. *Mídia, terceiro setor e mst*. Petrópolis: Vozes.
- GOMES, P. G. e COGO, Denise [1998]. *O adolescente e a televisão*. . - Porto Alegre : IEL.
- GOMES, Pedro G. [1990]. *O jornalismo alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas.
- HABERMAS, J [1999]. *Teoria da ação comunicativa I*. Madrid : Taurus.
- Le dispositif*. Entre usage et concept. Paris: CNRS editions. 1999.
- LUHMANN, N [2000]. *La realidad de los medios de masas*. Mexico : Anthropos.
- Universidade Iberoamericana.



- MAINGUENEAU, Dominique [2001]. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez. 2001.
- MAINGUENEAU, Dominique [2001]. *Análise de textos de comunicação*. - São Paulo : Cortez.
- MALDONADO, Alberto Efendy [2001]. *Teorias da Comunicação na América Latina*. São Leopoldo: Unisinos.
- MEUNIER, Jean Pierre [1999]. Dispositif et théories de la communication: deux concepts en rapport de codétermination. In: *Hermes. Le dispositif. Entre usage et concept*. Paris: CNRS editions, p. 83-91
- MOUILLAUD, Maurice & DAYRELL, S. [1997]. O jornal: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15.
- PEDLER, Emmanuel [2000]. *Sociologie de la communication*. Paris: Nathan.
- PERAYA, D. [1999a]. Vers les campus virtuels. Principes et fondements techno-sémio-pragmatiques des dispositifs de formation virtuels, JACQUINOT G. (Ed.), *Dispositifs: ancrage(s) d'un concept, Hermès*, 10.
- PERAYA, D. [1999b]. Vers une sémiotique cognitive. In *Cognito*. Revue Internationale francophone en Sciences Cognitives. Edition: In Cognito. Numero 14, 1-16.
- PERAYA, D. [1999c]. Le cyberspace : un dispositif de communication et de formation médiatisées, ALAVA S. (Ed.) *Cyberspace et autoformation*, De Boeck.
- PRIGOGINE, Ilya [1996]. *O fim das certezas*. São Paulo: Unesp.
- RODRIGUES, Adriano Duarte [2001]. A partitura invisível. Para uma abordagem interativa da linguagem. Lisboa : Edições Colibri.
- SANTOS, José Vicente [1991]. A construção da viagem inversa: ensaio sobre a investigação nas ciências sociais. *Cadernos de Sociologia*, Porto Alegre, v 3, n 3, p. 55-88, jan/jul.
- SPIEGEL, Murray [1985]. *Estatística*. São Paulo: McGraw-Hill.
- TRAQUINA, Nelson [1993]. *Jornalismo: Questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, 1993.
- TRAQUINA, Nelson [2001]. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos.
- VEÁZQUEZ, T. [2002]. La presència de la immigració com a exclusó social en els informatius de les televisions públiques europees. In: *Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*. Mitjans de comunicació i immigració. núm. 12, gener-abri 2002.



VERÓN, E [1980]. *A produção de sentido*. São Paulo : Cultrix, Editora da USP.