



ffwMag! em: uma Articulação Teórica em Torno das Materialidades da Comunicação¹

Nayana Gurgel de MOURA²

RESUMO

Este artigo pretende discutir, a partir de algumas teorias da comunicação, apresentadas na disciplina Teorias da Comunicação Midiática, do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da UFRN; o problema de pesquisa, que se relaciona diretamente com o campo das materialidades e da produção de sentido. Este tensionamento tem por objetivo identificar as possíveis relações entre as teorias apresentadas e a situação problema da pesquisa, que tem como objeto a revista *ffwMag!*.

PALAVRAS-CHAVE: teorias da comunicação; produção de sentido; materialidades da comunicação; revista *ffwMag!*.

INTRODUÇÃO

A pesquisa a qual teceremos relações tem por objeto de análise a revista de circulação nacional *ffwMag!*. Esta revista como produto midiático apresenta uma articulação particular, no sentido de pertencer a um grupo empresarial (Grupo Luminosidade) que trata quase que de forma monopolística o mercado de moda no país, em suas principais modalidades (feiras comerciais, semanas de moda e produção de conteúdo por meio do portal web e da revista *ffwMag!*). Além de apresentar uma seleção bastante elitista para o seu público alvo: formadores de opinião das classes AA, A e AB, entre 20 e 45 anos, residentes em centros urbanos.

Com o aprofundamento em diversas teorias e autores, decorrente dos estudos da disciplina Teorias da Comunicação Midiática, ministrada no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio grande do Norte (UFRN), alteramos a proposta inicial da pesquisa para a temática relacionada à materialidade da comunicação, onde o problema se caracteriza por: identificar como a

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia - UFRN, email: nayana_gm@hotmail.com



materialidade em suas diferentes manifestações, impressa e digital, afeta a produção de sentido da revista *ffwMag!* em relação a sua seleção de público alvo.

A materialidade como veremos mais a frente é idealizada comercialmente para agradar o público e incentivar o consumo, mas não somente para isto, como também, apresenta papel fundamental nas interpretações vinculadas, no caso da revista, pelo seu público. Sobre a sua versão digital, temos duas opções, a primeira é livre de cobranças e é disponibilizada pelo site da revista no portal Fashion Forward³, meses após a tiragem da versão impressa. E na segunda opção, temos a versão para *tablets*, disponíveis no iTunes (Apple), igualmente com atrasos em relação a versão impressa, mas que proporciona melhor visualização que a disponibilizada pelo site. Não entraremos diretamente em questões de relação e diferenciação entre as versões digital e impressa, uma vez que ainda não aplicamos a análise, e este procedimento não contempla este artigo.

Como este artigo tem por objetivo apresentar uma articulação teórica relacionada ao objeto de pesquisa, identificamos possíveis relações entre as mesmas e sua aplicação no contexto da situação problema apresentada acima. Tais tensionamentos tem o intuito de preceder o delineamento teórico de nossa pesquisa, apresentado aqui como um processo ainda em andamento.

Assim, dividiremos estrategicamente as perspectivas trabalhadas na sala em três tópicos específicos, mas que se permeiam na intenção de agregar valor acadêmico a nossa proposta de estudo. Como uma forma de hierarquizar as teorias, temos no primeiro grupo as perspectivas que tratam da área e do objeto de estudo da comunicação e também da produção de sentido, como base para a fundamentação epistemológica do problema no campo da Comunicação. No segundo grupamento temos a Teoria dos Sistemas que empregaremos de forma indireta, por apresentar relação com a Teoria das Materialidades da Comunicação, que vai ser trabalhada no terceiro grupo, assim como questões relacionadas ao que chamamos de midialogias, que se articulam diretamente com o objeto e com as quais trabalharemos.

Epistemologia da Comunicação e produção de sentido

³ ffw.com.br



Inicialmente trabalharemos com as noções que tratam da delimitação da área de atuação da Comunicação e de como podemos estabelecer seus objetos de estudo. Para isto utilizaremos o texto *O objeto da comunicação/A comunicação como objeto* de Vera França (2001). A autora trata dos problemas a cerca da permeabilidade (interdisciplinar e transdisciplinar) do campo da Comunicação em relação a outras áreas mais antigas do conhecimento, como a sociologia e a psicologia, de forma que além de tal permeabilidade, observamos que a Comunicação se apropria de seus estudos e metodologia, os aplicando em contextos comunicacionais. Aos poucos vemos florescer linhas de pesquisa em Comunicação com seus autores próprios.

Para Vera França (2001) o objeto da Comunicação não está dado, definido ou recortado, mas pode ser delimitado de acordo com o olhar do pesquisador e revelado quando a comunicação enquanto conceito os estabelece. Pensamento que encontra afinidades com o texto de José Luiz Braga (2004), que acredita que a sociedade midiaticizada surge como um centro contextualizador e que os estudos e pesquisas em Comunicação devem partir deste ponto, deste “macro-objeto”. Ele ainda aborda questões epistemológicas ligadas à forma de se empreender a pesquisa: como construímos o objeto de pesquisa e o que fazemos com este recorte, são questões levantadas pelo autor.

Observamos que tanto em França (2001) quanto em Braga (2004) a relevância de uma pesquisa em Comunicação recai sobre a gama de conhecimento que é produzida a partir dela, a propósito da sociedade e suas problematizações, assim podemos definir o objeto de estudo da Comunicação pelo que possamos estudar por um âmbito comunicacional, e que ainda apresente valor acadêmico e social.

Muniz Sodré (2010) juntamente com os autores citados acima, critica o midiacentrismo e trata igualmente da amplitude da área de atuação da Comunicação. Entretanto, diferentemente dos outros autores, ele classifica três áreas (espectros de ações ou de práticas), que são: veiculação, vinculação e cognição. Esta classificação visa delimitar o campo da Comunicação e por motivo de recorte teórico/metodológico trabalharemos com o espectro da veiculação e da cognição. A veiculação se caracteriza, dentre outras coisas, pela prática de natureza empresarial, privada ou estatal; com foco nas relações ou contatos entre os sujeitos sociais, através de tecnologias da informação (imprensa escrita, por exemplo). Para Sodré (2010) seria o que se tem chamado de midiaticização. E a segunda, a cognição, pela imersão do pesquisador no campo da



investigação em relação às práticas de veiculação, por meio de um pensamento crítico, dentre outros focos, voltado para as práticas de socialização pela cultura.

Partindo deste prólogo, temos que o problema de pesquisa anteriormente apresentado, de acordo com os autores citados, situa-se no campo da Comunicação, pois representa um olhar sobre a sociedade midiaticizada por meio da imprensa escrita⁴, levanta questões quanto à produção de sentido de um produto que se encontra localizado em um meio social, dirigido a um público específico, revelando assim a natureza empresarial privada da mesma. De modo que tanto a cognição em Sodré (2010) como a questão epistemológica presente em Braga (2004) são contempladas pelo próprio ato da pesquisa.

Na intenção de facilitar a compreensão da aplicação dos termos “mediação” e “mídiação”, seguiremos a linha onde José Luiz Braga (2004) afirma ser a sociedade midiaticizada o foco dos estudos em Comunicação e segundo a Teoria dos Sistemas (veremos mais a frente), por considerar a revista como um sistema aberto ao seu meio ambiente, onde ela trocaria informações e energia com a sociedade midiaticizada, que seria definida “pela tendência à virtualização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação” (SODRÉ, 2006, p.20). E para as mediações, adotamos dentre tantas definições, a apresentada igualmente por Muniz Sodré (2006), que seria: a ação de fazer ponte ou fazer comunicarem-se duas partes. Neste caso, a ação da revista *ffwMag!* dentro da sociedade, ligando os seus produtores (Grupo Luminosidade) e o público leitor.

Adentraremos agora nas perspectivas interpretativas dos processos de comunicação, esta articulação nos chamou atenção pela sua abordagem semiótica de interpretação do mundo (produção de sentido), onde os objetos devem ser estudados junto ao homem, ressaltando seu caráter simbólico.

Francisco Rüdger (2003) apresenta em seu texto o interacionismo simbólico presente nos estudos da Escola de Chicago, onde podemos observar que a comunicação é encarada como um processo mediado simbolicamente, mas ao mesmo tempo em que isto acontece, a estrutura simbólica é igualmente mediada pela comunicação. Encarando os sujeitos como seres essencialmente comunicativos e por tal característica, a comunicação é vista como geradora da civilização. Em uma abordagem sistemática,

⁴ Interpretamos que a sua manifestação inclua tanto a versão impressa quanto digital da revista, tendo em vista que o autor não manifesta restrições na descrição do espectro da veiculação.



no centro desta sociedade, os movimentos de individualização e competição são visto como fatores ou formas de renovação do sistema.

Prosseguindo por meio destas concepções temos a comunicação como organizadora da sociedade, segundo Rüdiger (2003), através de símbolos comuns, gerados no centro desta sociedade pelo convívio entre os seus indivíduos, processo este que continua em ação e é o mesmo que “transformou” os homens em pessoas. Sobre a comunicação e o poder, temos que a comunicação enquanto processo tanto pode servir para favorecer quanto para reprimir o conhecimento e a autodeterminação (que segundo o autor é a capacidade de se comunicar entre os indivíduos, sentido cognitivo), a variação entre estes pontos vai depender das relações estabelecidas entre os participantes do diálogo, por exemplo. Se instaurando uma relação dialética, onde a comunicação é regida pela difusão de conhecimento e o poder pela violência simbólica (que é caracterizado pela manipulação de símbolos em busca de algum tipo de dominação), apresentando a função de disciplinar a comunicação. Por fim, temos a comunicação e os meios de comunicação, onde, através das novas tecnologias a comunicação social foi redimensionada e os *mass media* passam a ser considerados “portadores simbólicos ritualizados”, que não reprimem, mas que igualmente não dedicam tanto espaço a dimensão cognitiva da comunicação.

No texto de Yves Winkin (1998) temos, como complemento, a apresentação do processo de comunicação como diretamente ligado a cultura, que determinaria quais tipos de comportamentos são portadores de significados. De modo que, a seleção e organização dos comportamentos acarretariam na existência dos códigos (entendidos pelo autor como corpo de regras), e que os homens viveriam, mesmo que inconscientemente, em códigos e por códigos.

Ainda de acordo com este autor, temos que para encontrarmos um significado, compreendendo a comunicação em vários níveis, teríamos de delinear o funcionamento de diferentes modalidades de comportamento em determinado contexto, acabando assim por captar a emergência da significação. Deste modo, as comunicações, tanto verbal quanto não-verbal, não possuiriam significações próprias, a significação só ganharia forma no contexto dos modos de comunicação, relacionado à interação. A comunicação deveria ser concebida de acordo com sistemas circulares, níveis de complexidade e contextos múltiplos, tendo em vista, que segundo Winkin (1998), seria inútil pensar a comunicação de maneira linear.



Assim, Winkin (1998) apresenta uma metáfora para a comunicação circular, relacionando sujeitos em atividades comunicacionais à atuação de um músico em uma orquestra, em que são apresentados múltiplos canais e contextos, onde o autor social participa em todo momento, mesmo estando em silêncio, por seus gestos e expressões. Revelando o sujeito como participante de uma dada cultura e o processo de comunicação como “por em comum”.

Para Edward T. Hall (2005), a cultura a qual os sujeitos estão envolvidos determina suas visões e percepções do mundo, estando impregnada em seus subscientes de forma que seria impossível romper com a mesma, ainda que em um estado consciente, seria muito difícil se desfazer, mesmo que da menor porção da sua cultura. Agregando-se ao interacionismo simbólico quando concebe a associação de modo significativo do indivíduo em sociedade e que a mesma só se daria por meio da cultura “como meio”. Ainda em Hall (2005) temos que os objetos produzidos pelo homem, que podemos encarar como a materialidade da comunicação e como McLuhan, extensões do homem; devem ser estudadas no mesmo patamar de importância que estudaríamos o mesmo homem que as produziu, em um caráter de inter-relações. Sendo assim, a relação do homem com suas extensões é encarada como sua relação com o seu meio ambiente.

Jornalismo como sistema

Trataremos agora de textos e perspectivas que contribuem para a construção de teorias que discutiremos no terceiro grupo e que de alguma forma se associam ao tema de pesquisa. As mesmas apresentam formas de se delinear o processo de pesquisa, por vezes como uma forma de proceder. Para tal temos a Teoria dos Sistemas de Niklas Luhmann, ela contribui para a estruturação inicial da Teoria das Materialidades da Comunicação, pois incentiva a pesquisa das condições onde possam manifestar sentidos ao invés de privilegiar a decodificação de um sentido já dado.

Niklas Luhmann, no texto *A improbabilidade da comunicação* (2006), entra em contato com a questão das dificuldades que a comunicação tem que passar para se efetivar na sociedade. Em suas três ordens de improbabilidade da comunicação o autor não afirma ser impossível comunicar-se, mas sim, que a comunicação necessita de mecanismos que tornem o improvável possível, superando seus três entraves. Neste processo observamos que quando estas superações se transformam em probabilidades,



regulam a formação dos sistemas sociais. Desta forma, o processo de evolução social é seletivo, que decide quais sistemas sociais são viáveis e os que devem ser excluídos por sua improbabilidade.

Sobre os mecanismos de comunicação, Luhmann (2006) refere-se ao termo “meios” como o conceito que designa a totalidade dos mecanismos que servem para transformar a comunicação improvável em possível e que, ao seu modo, abarque os três problemas básicos. Em sua seleção dos diferentes meios de comunicação, temos que a revista *ffwMag!* se encontra em um segundo grupo, nos meios de difusão. Mesmo que não tão bem definidos e que por sua atuação limitem os dados disponíveis, esse grupo demonstra grande efeito na cultura, ampliando a memória e assim apresentando uma ruptura, permitindo a transcendência do espaço e do tempo para além das interações face a face.

Luhmann (2006) apresenta a sociedade como um sistema diferenciado, que configura subsistemas e a partir destes, subsistemas parciais (famílias, educação, direito, dentre outros). Esta articulação não seria possível sem a comunicação, que segundo o autor, é o que possibilita a formação dos sistemas sociais. Prosseguiremos tratando dos sistemas, em sua categorização aberta, por meio de Edgar Morin e Ronaldo Henn.

Edgar Morin (2001) trata dos sistemas culturais como um sistema que se faz comunicar (de forma dialética) um saber existencial e um conhecimento instituído. Onde os detentores dos códigos (linguísticos ou extralinguísticos) e membros do sistema, têm a possibilidade de assimilar o estoque cultural em forma de saber, ligados aos padrões-modelos, que por sua vez, têm a função de organizar as relações existenciais práticas e/ou imaginárias. Tudo isto em uma relação onde: em nossa sociedade, a cultura “é o sistema simbólico-antagônico de múltiplas culturas, nenhuma delas homogênea” (MORIN, 2001, p.80).

Seguindo em seu texto encontramos questões a cerca da cultura ilustrada e dos “padrões-modelos”. Para Morin (2001) a cultura ilustrada seria um sistema, cujo conhecimento abarca a cultura ensinada nas escolas de elite, propõe a cultura geral de um homem fino. Seu código é de natureza cognitiva e estética, que permite ao portador do mesmo um perfil de bom gosto (*intelligentsia*), um dom pessoal; este código se encontra em constante renovação. Para os padrões-modelos desta cultura temos o que forma a imagem ideal de um homem culto, trata-se de *patterns* (padrões) culturais que ordenam e determinam a formação, estrutura e a expressão das percepções e personalidades, dentre outros. É importante salientar que a revista *ffwMag!* se articula



diretamente com os sistema da cultura ilustrada, transferindo as suas acepções aos dias de hoje por apresentar um conteúdo (com traços da cultura ilustrada) direcionado a um público elitizado, que emprega o código estético-cognitivo, para associar a sua codificação/decodificação ao gosto pertencente ao seu público, como uma qualidade pessoal de distinção; ainda utiliza os “padrões-modelos” impregnados não somente nos editoriais fotográficos, mas igualmente padrões referentes a materiais utilizados em sua produção, para determinar e orientar o direcionamento estético da temporada, gerando identificações no público como que em uma coesão cultural. Ainda associamos o caráter disfuncional/dialético do sistema cultural aos moldes empregados pela moda e, conseqüentemente, pela revista, que no movimento de desestruturação e reestruturação, resulta na renovação e manutenção do próprio sistema.

Ronaldo Henn (2002) relaciona diretamente o jornalismo aos sistemas, tratando disto por muitas visões de Edgar Morin, dentre outros autores. Henn (2002) admite como sistema uma inter-relação de elementos que constituem uma unidade, um agregado de elementos com alguma coisa em comum. A Teoria Geral dos Sistemas tende a aceitar somente sistemas abertos, que seriam sistemas que trocam informações ou energia com o meio ambiente, que gera alimentação para o mesmo, podendo ter um resultado negativo ou positivo, gerando uma reorganização interna por parte do sistema, de acordo com Vieira (1994, apud HENN, 2002, p. 19-20). Assinalando que, de acordo com Henn (2002), todo sistema tende ao caos, quanto mais complexo for, maior será a sua tendência à degradação à entropia.

Tendo observado, junto a Pereira Lima (1981, apud HENN, 2002, p.24) estes conceitos, temos que o jornalismo é um sistema, pois apresenta a linguagem como característica definidora e apresenta componentes que são interdependentes e que desempenham funções específicas: captação, codificação e emissão. Fazem parte deste sistema desde as empresas produtoras de matéria prima até as instituições de ensino que forma os profissionais da área. O jornalismo como sistema apresenta subsistemas (se integra ao sistema como parte), tendo a revista *ffwMag!*, como exemplo, que representa um subsistema do jornalismo, especializado em moda, por sua vez, apresentando suas próprias articulações com a sociedade e com a cultura, sem deixar de integrar uma parte de destaque no jornalismo. Não devemos esquecer que tanto o próprio jornalismo (aspecto macro) como a *ffwMag!* são encarados como produtos simbólicos que trazem, intrínseco a sua produção e veiculação, problemas mercadológicos (MEDINA 1987, apud HENN, 2002, pág 31). De tal forma que, para Marcondes Filho (1986, apud



HENN 2002, p.32), o jornal vende-se pela sua aparência, relacionando-se aqui diretamente com a abordagem da Teoria das Materialidades da Comunicação, partindo da proposição do mesmo autor de que tudo que está a venda implica diretamente em seu caráter estético.

Materialidades da comunicação

Adotamos pelo termo *mediologia* o conjunto de textos que tratam dos estudos e categorizações da mídia, em busca de uma teoria própria. Para o primeiro deles temos o texto de Norval Baitello (2010), que sugere um novo recorte para os estudos dos processos de comunicação, com foco em sua natureza de mediações, onde possibilita: visualizar a materialidade dos *media* de forma complexa, com sua carga significativa, histórica e cultural; deslocar a importância dada à informação, em seu caráter determinístico/determinável, ressaltando a importância dos atores socioculturais no processo e arquitetar cenários complexos entre o “quarto bios” apresentado por Muniz Sódre e os atores socioculturais, dentre outros aspectos. O que o autor pretende é refletir sobre os espaços criados por diferentes tipos de “capilaridades” dos meios de comunicação, que seriam os acontecimentos da permeabilidade dos meios de comunicação nas “porosidades do tecido sociocultural” (BAITELLO JR., 2010, p.103).

Quanto a uma forma de classificação dos meios de comunicação, podemos recorrer as designações apresentadas por Harry Pross (1990), como: primários, secundários e terciários. Onde trabalharemos em específico com os secundários, que se caracterizam pela necessidade de aparatos técnicos somente por parte dos produtores, divididos, por sua vez, em impressos únicos (livros, por exemplo) e os periódicos como a revista *ffwMag!*. E os terciários, que necessitam de aparatos tecnológicos tanto do lado dos produtores quanto dos receptores, pontuando o tráfego simbólico, a exemplo das versões digitais da revista. Segundo Pross (1990), os fins de cada comunicação buscam os meios adequados de propagação, entretanto, a acessibilidade destes meios acaba por relativizar e modificar os seus propósitos iniciais, de modo que temos que nos ater as materialidades empregadas em cada comunicação, uma vez que os meios através de suas propriedades materiais moldam as mensagens, nos levando a uma nova realidade comunicativa.

Carlos Alberto Scolari (2010) observa que a relação destes diferentes tipos de mídia pode ser considerada pela ótica da ecologia da mídia, sendo explicada da seguinte

forma: os meios de comunicação são comparados a espécies que vivem dentro de um ecossistema, um ambiente midiático (sociedade midiaticizada), onde algumas tecnologia ou espécies midiáticas entram em extinção e outras se adaptam as inovações apresentadas pelo meio ambiente. Estas concepções apresentadas por Scolari (2010) manifestam relação direta com estudos de Marshall McLuhan, pois indicam que as mais novas tecnologias possuem interfaces que contribuem para a produção do sentido e assim apresentam-se como campo favorável às pesquisas.

Retomando as ideias de Pross (1990) quanto à atuação das materialidades junto à mensagem, encontramos apoio no texto de Maurice Mouillaud (2002). O autor, em *Da forma ao sentido* (2002), trata de associar o sentido ao dispositivo, ou seja, ao que envolve a mensagem, o que a caracteriza como uma revista ou um livro. De acordo com Mouillaud (2002), os estudos em torno do jornalismo dão a impressão de se dividirem entre a descrição do “suporte” (material e não-material, como cristais em uma tela) e do que convencionalmente é chamado de “conteúdo”. Desta forma, partindo para o lado comercial, a materialidade e a forma dariam identidade a este “conteúdo”. Ainda segundo o autor, temos claro o limite quanto ao aspecto material, mas este limite se perderia em relação ao simbólico exercido pelo mesmo em sua função de produção de sentido, que vemos condicionado a cultura como meio (como já tratamos no interacionismo simbólico). “O dispositivo prepara para o sentido” (MOUILLAUD, 2002, p.30), considerando de forma genérica o dispositivo por existir antes do “texto”, condicionando a sua duração e extensão, entretanto, o texto não permanece passivo, ele com suas características próprias, valida o dispositivo.

Vilém Flusser, em *O mundo codificado* (2007), tem a intenção de mostrar que o significado geral do mundo mudou com a revolução da comunicação. Ao ponto que nos interessa, temos que com o período pós-guerra foi presenciado uma maior valorização das superfícies, como portadoras de significados e mensagens, que se manifestam e fazem-se notar por meio das cores, igualmente condicionadas a cultura.

Marshall McLuhan (2000) considera para efeitos práticos, que o meio é a mensagem. Com isso trata da importância e da validade dos meios, mesmo em momentos em que se encontrem na ausência da veiculação de mensagens (exemplo da luz elétrica). De modo que, em sua abordagem uma mensagem sempre se configura como um meio anterior ao meio que a veicula. Inicialmente, essa concepção não era totalmente entendida, pois em suas realidades, os sujeitos compreendiam a mensagem como sendo o “conteúdo”. O autor ainda fala sobre as consequências das tecnologias e

de suas evoluções tanto em nossa sociedade quanto em ambientes tribais, assim, estas tecnologias da comunicação adquirem um caráter cultural permeando a vida na sociedade, refletindo-se em seus outros aspectos. A revista *ffwMag!* como meio em sua estrutura e tecnologia não só integra a mensagem como interfere nas formas de fruição da mesma, ou seja, além das mensagens que pode transmitir, ela imprime uma mensagem própria, inerente a sua materialidade.

A Teoria das Materialidades da Comunicação caracteriza-se como uma teoria pós-moderna que teve origem nos estudos da literatura comparada em Standford, por volta dos anos 80. Tem como principal articulador Hans Ulrich Gumbrecht, que junto com um grupo de pesquisadores europeus e norte-americanos, esboçou o programa de pesquisa que tomou forma por meio de artigos publicados anteriormente (Alemanhã, 1988) e que partilhavam o mesmo tema. Esta teoria possui ligações com a Teoria dos Sistemas de Niklas Luhmann, como já foi abordado anteriormente e com a Ecologia da Mídia, que tem origem com Marshall McLuhan, encontrando ressonância pela sua compreensão da comunicação como “extensões do homem” (FELINTO, 2001; HANKE, 2005).

A premissa básica da Teoria das Materialidades da Comunicação, no texto **de** André Lemos (2010), afirma que toda comunicação se efetiva a partir de suportes materiais, que deveriam ser estudados antes de serem interpretados ou abstraídos de suas características materiais. Para Gumbrecht (1994, apud LEMOS, 2010, p.6) devemos reconhecer que a função dos artefatos e dos atores sociais, sendo contra a imaterialidade da comunicação, ressalta ainda que o sentido não deve se sobrepor ao suporte e que a interpretação dos processos de comunicação pode sim ser feita, uma vez que se leve em consideração o papel desempenhado pela materialidade dos meios, “a materialidade e o sentido desenvolvido a partir dela são considerados inseparáveis” (HANKE, 2005, p.7).

Para esta pesquisa adotaremos três premissas apresentadas por essa teoria: “destemporalização”, “destotalização” e “desreferencialização”. Segundo Gumbrecht (apud FELINTO, 2001, p.7-8) o tempo representa um fluxo contínuo, que parte do passado rumo ao futuro, sempre certo. Já a “destemporalização” em uma situação pós-moderna, apresenta um futuro temido e/ou bloqueado, onde o presente se estabelece de forma inflexível, sem fim. A “Destotalização” diz respeito a não adoção de uma universalidade nos conceitos e idéias, adotando o caráter regional e limitado das teorias. E por fim, a “desreferencialização”, que consiste nas perdas das “certezas” referentes às



nossas percepções do mundo, externo e objetivo; as “tecnologias do virtual” contribuíram de forma direta com essa “desnaturalização”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sobre a Teoria das Materialidades da Comunicação, podemos assinalar que sua escolha foi consciente de suas lacunas ou, de certa forma, insuficiências, tratando-se de uma teoria em processo de construção, enfrentando desafios e que ainda não se estabeleceu, contudo, buscamos com sua aplicação restabelecer o lugar da materialidade junto aos estudos midiáticos atuais, contribuindo mesmo que minimamente com a construção de conhecimentos para com esse ponto de vista, buscando seu aprimoramento e consolidação.

Vemos na Teoria das Materialidades a possibilidade de solução para problemas gerados pela crise histórica da modernidade, representando desta forma um olhar revigorado, um novo fôlego sobre as questões materiais que a muito percorrem os estudos da comunicação, porém com um olhar menos determinístico, menos engessado.

Quanto às outras teorias trabalhadas, tentamos articulá-las da melhor forma possível junto aos dois eixos centrais desta pesquisa, materialidade e produção de sentido, e igualmente ao objeto de estudo. Temos igual consciência que algumas perspectivas apresentadas irão ser descartadas e que adotaremos outras em seus lugares. Esta apresentação tem o caráter de salientar o resultado parcial de um tensionamento teórico ainda em andamento cujo processo resultará além deste artigo, na fundamentação teórica desta pesquisa de dissertação.



REFERÊNCIAS

- BAITELLO JR., Norval. As capilaridades da comunicação. In: _____. **A serpente, a maçã e o holograma**: esboços para uma Teoria da Mídia. São Paulo: Paulus, 2010, p. 103-120.
- BRAGA, José Luiz. **Sobre objetos e abordagens - sua contribuição para a pesquisa em comunicação & sociedade**. Revista e Compós, v. 1, n. 1, p. 1-13, 2004.
- FELINTO, Erick. **Materialidades da Comunicação**: Por um Novo Lugar da Matéria na Teoria da Comunicação. In: Ciberlegenda, n.5. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/felinto1.htm>. Acessado em 12 de junho de 2011.
- FLUSSER, Vilém. O mundo codificado. In: _____. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007, p. 126-137.
- FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação/ a comunicação como objeto. pp. 38-60, in HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz, FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação**: Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.
- HALL, Edward T. A proxêmica e o futuro do homem. In: _____. **A dimensão oculta**. São Paulo: Martins Fontes, 2005, p. 224-234.
- HANKE, Michael Manfred. **Materialidade da Comunicação – Um conceito para a ciência da comunicação?** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28. 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0680-1.pdf>. Acessado em 12 de junho de 2011.
- HENN, Ronaldo. Jornalismo e sistemas. In: _____. **Os fluxos da notícia**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2002, p. 13-38.
- LEMOS, André. **Você está aqui! Mídia locativa e teorias “Materialidades da Comunicação e “Ator-Rede”**. GT “Comunicação e Sociabilidade”, XIX Encontro da Compós, Rio de Janeiro: UFRJ, junho de 2010. 17 páginas.
- LUHMANN, Niklas. A improbabilidade da comunicação. In: _____. **A improbabilidade da comunicação**. Lisboa: Editora vega, 2006, p.39-63.
- McLUHAN, Marshall. O meio é a mensagem. In: _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 10 ed. São Paulo: Cultrix, 2000, p. 21-37.
- MORIN, Edgar. 4. A cultura; 5. A crise da cultura. In: _____. **Cultura de massas no século XX - Necrose**. Volume 2. 3a. ed. Rio de Janeiro: Ed. Forense, 2001, p. 75-106.



MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: PORTO, Sérgio D.; MOUILLAUD, Maurice (orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: UNB, 2002, p. 29-35.

PROSS, Harry. La clasificación de los medios. In: PROSS, Harry; BETH, Hanno. **Introducción a la ciencia de la comunicación**. Barcelona: Anthropos, 1990, p. 158-178.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Chicago e o interacionismo simbólico. In: _____. **Introdução à teoria da comunicação: problemas, correntes e autores**. 2ed. São Paulo: Edicon, 2003, p. 37-53.

SCOLARI, Carlos A. **Hipermediaciones** (o cómo estudiar la comunicación sin quedar emboados frente a la última tecnología de California) - Entrevista a Damián Fraticelli. Revista Lis - Letra Imagen Sonido - Ciudad mediatizada. Año III # 5. mar-Jun. 2010. Bs. as. uBaCyt. Cs. de La ComuniCaCión. FCs/uBa, p. 3-11.

SODRÉ, Muniz. “Communicatio e epistème”. In: _____. **Antropológica do espelho**. Uma teoria da comunicação linear e em rede, pp.221-259. Petrópolis: Vozes, 2010.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. IN: MORAES, Denis (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 19-49.

WINKIN, Yves. O telégrafo e a orquestra. In: _____. **A nova comunicação**. Campinas: Papyrus, 1998, p. 21-34.