

Parte 1 - Teorias e métodos
A audiência protagonista e os pressupostos da
Educomunicação: reflexões epistemológicas

Cláudio Messias

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

MESSIAS, C. A audiência protagonista e os pressupostos da Educomunicação: reflexões epistemológicas. In: NAGAMINI, E., and GOMES, A. L. Z., eds. *Dinâmicas e suportes para conhecer, reconhecer e integrar saberes em Comunicação e Educação* [online]. Ilhéus, BA: EDITUS, 2017, pp. 87-100. Comunicação e educação series, vol. 4. ISBN: 978-85-7455-487-7. <https://doi.org/10.7476/9788574554877.0007>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

A audiência protagonista e os pressupostos da Educomunicação: reflexões epistemológicas

Cláudio Messias¹

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Introdução

Há três décadas, a América Latina contribui com estudos que, fincados no território das Ciências da Comunicação, questionam o modo de olhar sobre (i) quem consome conteúdos midiáticos e (ii) as partes que produzem cultura a partir da gestão de processos comunicativos. Tais reflexões, no contexto do que produziram teóricos de preconcebimento do pensamento comunicacional latino-americano, dão estrutura epistemológica à Educomunicação, área do conhecimento cuja abordagem, centrada no protagonismo dos sujeitos sociais que recebem, mas igualmente devolvem significação de sentidos na comunicação tecnologicamente mediada, representa um novo paradigma nas relações de poder dominante incidente nos fluxos de informações circulantes, em especial, nas redes sociais.

Nosso trabalho resgata o que parte dos teóricos latino-americanos, cuja produção intelectual está exposta nas quase quatro décadas de organização de produção do pensamento comunicacional promovida pela Intercom², aborda acerca da relação entre doutrinação para o consumo e resistência a

1 Professor assistente na Universidade Federal de Campina Grande, PB. Doutorando em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Pesquisador vinculado ao Núcleo de Comunicação e Educação da ECA-USP desde 2009. *E-mail*: clmessias@usp.br.

2 Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

igual processo. Tais parâmetros, em meta-análise, são comparados com o que preconizam autores situados em outros continentes, especialmente Europa e América do Norte. Modos, pois, distintos de observação acerca de um fenômeno, da comunicação, em que o interesse de quem produz conteúdos de informação conflita e/ou esbarra na resistência de aceitação da parte almejada.

É intenção, nesse excerto de reflexões, abrir espaço para discussões sobre um movimento relacionado ao comportamento da audiência. Os próximos parágrafos ratificam o sujeito receptor enquanto protagonista nos processos comunicativos de produção e ressignificação de sentidos. Mas, isso já não basta. É salutar, pois, assumir um novo direcionamento dos olhares, agora à margem do que a sociedade concebe como Estado. Uma das inquietações incide sobre a hegemonia de domínio dos processos comunicativos mediados, até então exclusivo da tríade Estado, Igreja, Mercado³, a que definimos como hegemonia plena. Tais três partes estabelecedoras de consumo, doutrinas e ideologias podem não encontrar suficiência, na contemporaneidade, para compreender o que a audiência protagoniza, em um anonimato que cria novas subdivisões de poder de produção de conteúdos. Desafio, logo, para os estudos da comunicação, em especial aqueles centrados na inter-relação comunicação/educação, território que se mostra, ao longo das últimas décadas, suficientemente focado nesse tipo de fenômeno, em especial com os estudos latino-americanos.

Uma contextualização histórica

O pensamento prevalente na denominada Escola Crítica Latino-americana de Comunicação⁴ situava, na segunda metade do século passado, as ex-colônias como não passivas ante à hegemonia mercadológica via de regra oriunda das políticas capitalistas das antigas metrópoles. Refletia-se sobre

3 Concepção de Pierre Bourdieu (1990) sobre a hegemonia a partir das funções do Estado, segundo a qual Estado distingue-se de governo por, respectivamente, ser uma instituição destinada a servir o bem comum e o governo, o bem do povo. Logo, Estado e governo confundem-se enquanto partes comuns de mercado do consumo e Igreja, ora blindando, ora aderindo tais partes igualmente dominadoras.

4 Termo capitaneado por teóricos que nos anos 1960 e 1970 refletiram a América Latina ante, entre outros embates ideológicos, ao imperialismo norte-americano e as razões advindas das escolas europeias, com destaque ao boliviano Luis Ramiro Beltrán, ao brasileiro Paulo Freire e, posteriormente, ao colombiano Jesús Martín-Barbero, dentre outros.

a figura do sujeito social “audiência”, que, nos modelos tradicionais de teoria da comunicação, costumava aparecer como inerte nos processos comunicativos, mas que, na revisão conceitual latino-americana, destacava-se como ativo, por ser interlocutor, e não somente receptor de conteúdos. Fadul (1989), a esse respeito, comenta que tal ruptura com o pensamento eurocêntrico deve-se, em especial, à peculiar forma com que cada país protagonizou os próprios processos de independência durante o século XIX. Há, nesse aspecto, de acordo com Beltrán (1982), dois tipos de afronta às tentativas de domínio cultural, quais sejam, o permanente entendimento de superioridade por parte dos países do Velho Continente e, mais recentemente, ao neocolonialismo capitaneado pelos Estados Unidos, cuja ação imperialista confronta a ideologia de resistência latino-americana desde os estágios diversos da Guerra Fria.

É nesse perfil de resistência às manifestações diversas de hegemonia que surge um pensamento comum no Novo Continente, em especial na parte situada abaixo da América do Norte. Estudiosos das relações impositivas de cultura de consumo, pois, defendem, na América Latina, a revisão do perfil sociológico dos sujeitos que aqui nascidos estão situados no estágio final dos processos comunicativos. Compreendendo a audiência como ativa por ser interlocutora e não meramente receptora de conteúdos os teóricos latinos estruturam seus exames de modo a defender a possibilidade de antecipação cognitiva à ação persuasiva dos conteúdos midiáticos dominantes. Não se tratava de afronta à Teoria Crítica advinda da Escola de Frankfurt. Mas, era um passo fundamental no marco de afronta à ideologia de consumo representada na tríade de status da hegemonia Estado-Igreja-Mercado.

Em especial os estudos de Paulo Freire, complementados pelas reflexões posteriores de Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco Gómez e Ismar de Oliveira Soares, davam solidez a uma forma de entendimento da educação, seja ela formal, informal ou não formal, capaz, hipoteticamente, de libertar das amarras do consumo ou, pelo menos, abrir caminho para tal. É salutar destacar, nessa vertente, os estudos de Ismar Soares, cuja trajetória de pesquisa, na Universidade de São Paulo, mirou o sujeito social audiência em sua fase de formação cognitiva inicial, lançando-o como passível de protagonizar as próprias ações comunicativas e, dessa forma, compreender com suficiência as regras e os protocolos que fazem dos meios de comunicação parte norteadora de dominação cultural pelo consumo. Uma audiência crítica, protagonista nos processos comunicativos, sinaliza, nessa perspectiva, para uma sociedade menos exposta aos ritos da hegemonia plena e, conseqüentemente, com possibilidades maiores de reduzir as desigualdades. Essa, em suma, é a sociedade vislumbrada pela Educomunicação.

As investigações de Soares e outros teóricos da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo deram estrutura ao Núcleo de Comunicação e Educação daquela instituição de Ensino Superior. Um espaço em que ações conjuntas envolvendo pesquisadores da comunicação somaram-se a práticas de letramento de profissionais da educação, tendo como foco, em especial, as relações de ensino-aprendizagem no espaço formal da escola. O tempo histórico dessas ações de investigação são os anos 1990, período de forte influência de uma vertente dos estudos da inter-relação comunicação e educação tratando, em países como Brasil, Argentina e Chile, da leitura crítica dos meios. Moran (1993) e Fadul (1989) destacam, a esse respeito, que os pressupostos de uma educação libertadora perpassavam por uma comunicação popular, nos moldes do que preconizou Paulo Freire e ratificou Fausto Neto (1989), mas com forte influência dos movimentos católicos de uma comunicação libertadora.

Em síntese, ler criticamente os meios de comunicação remete a processos cognitivos, de letramento midiático. E a corrente de pensamento comunicacional latino-americana daquele período compreendia como possível advertir, mediante processos de linguagem, para o poder persuasivo presente nos conteúdos difundidos através da música, do rádio, da televisão, do cinema, enfim, das diversas formas de expressão da indústria cultural. Se há codificação em prol do estabelecimento de uma cultura de consumo mercadológico, religioso, político e ideológico, há, por conseguinte, maneiras de quebrar esse protocolo, antecipando o sujeito social audiência ao processo de persuasão.

Se, por um lado, está o sujeito social audiência e, por outro lado, há a hegemonia produtora de conteúdos midiáticos, os estudos da inter-relação comunicação e educação mostram a importância de um terceiro elemento nesse processo, qual seja, o gestor de processos comunicacionais que, interventor no fluxo de linguagens, desenvolve ações que conduzem a uma reflexão mais crítica, eventualmente libertadora, em relação ao doutrinamento imposto pelos meios. Esse interventor foi definido em pesquisa desenvolvida por Soares, em 1999, como educador, ou seja, exerce a práxis da Educomunicação.

A episteme da Educomunicação, vemos, perpassa por uma situação de letramento midiático. Há, logo, uma relação de ensino-aprendizagem que orienta, na fase de construção cognitiva dos sujeitos sociais, para as formas de melhor compreensão dos processos de linguagem presentes em uma permanente arena chamada tecnologias da informação e da comunicação (TICs). As TICs, que na representação da indústria cultural eram vistas como ameaçadoras para a educação e suas variáveis formal, não formal e informal, nos

últimos anos ganharam contorno de elemento aliado para os educadores, cabendo, ainda, um consenso vindouro sobre as metodologias mais adequadas para que isso ocorra. Conteúdos que anteriormente eram controlados por adultos atualmente são dominados pelos mais jovens, pelo simples fato de o letramento tecnológico incluir plataformas outras, como aparelhos de telefonia celular, tablets e computadores pessoais, em substituição a meios tradicionais como o rádio, a televisão, o cinema e o jornal impresso. Logo, ocorre uma convergência de linguagens cujo contexto carece de exames mais aprofundados. Afinal, há uma nova configuração do conceito de indústria cultural vigorando, dividindo ou até mesmo tirando dos meios massivos o exclusivo controle das agendas de consumo.

É dessa forma que ganha evidência o questionamento acerca da suficiência da base epistêmica da Educomunicação. Afinal, se é que nesses anos todos foi possível educar para os meios, fica a provocação: essa prática de letramento prevalece nos dias atuais, em que mais um fenômeno, da transmidiação, inquieta não somente os pesquisadores de comunicação e educação, mas os próprios grupos gestores de mídias? O desafio desse trabalho até aqui exposto é ampliar a provocação sobre o quanto e em que sentido um sujeito social em idade escolar compreende os processos de letramento curricular e midiático e, ainda, se esse comportamento de consumo está, ou não, associado à ação interventora não presente nas políticas públicas curriculares.

O fenômeno da transmidiação e o papel protagonista da audiência: novas perspectivas

O uso das tecnologias, segundo Bauman (1999), faz surgir uma nova forma de desterritorialização das identidades, da cultura. Nessa perspectiva, o ciberespaço é territorialmente desancorado e situa-se, segundo o autor, numa dimensão diferente, impossível de atingir, muito menos de controlar, a partir das dimensões em que operam os poderes soberanos da Terra. Inevitável, pois, relacionar essa reflexão ao que Gramsci (1976) contextualiza como, no século passado, uma época histórica caracterizada pela emergência de determinadas forças hegemônicas. Evidente, pois, que a hegemonia da comunicação mediada perde-se, atualmente, ante a uma quebra de exclusividade (i) na produção de sentidos dos fluxos comunicacionais e (ii) e no poder persuasivo, controlador, sobre a recepção — aqui neste trabalho definida como interlocução, por não ser passiva.

Estudos recentes desenvolvidos pelo Obitel Brasil⁵ mostram uma via de mão dupla em aspectos relacionados ao acesso cada vez maior, da audiência, às tecnologias em forma de mídias digitais, e um suposto desuso daquele que até a primeira década de 2000 foi um dos meios de comunicação de maior força de persuasão, qual seja, a televisão. O advento da internet, cujo acesso atinge, gradativamente, as mais diversas camadas sociais, coincide, segundo o instituto Kantar Ibope Mídia⁶, com a queda de audiência de meios, digamos, tradicionais como rádio e televisão, assim como a redução do número de leitores de jornais e revistas impressas. A ação dos grandes grupos de comunicação, em reação a esse movimento, foi imediata, segundo o Obitel Brasil, uma vez que a perda da presença do telespectador nas residências estava compensada em uma convergência de cultura de consumo apontada por Jenkins (2009) como transmidiação, ou seja, é mantida a apropriação dos conteúdos do gênero televisivo, com o diferencial de alteração nas plataformas de acesso. Nos estudos da inter-relação comunicação/educação, Orozco (2009) salientava para essa troca de telas, de maneira que a TV fosse substituída pelos pequenos painéis, monitores, de telefones celulares ou tablets.

A convergência de mídias a que se refere Jenkins desafia, pois, o modelo de comunicação broadcasting, organizado, segundo Fecchine (2013), a partir da difusão de um fluxo audiovisual em tempo real, contínuo e sequencial, de um ponto central para um número variado de pessoas anônimas que recebem simultaneamente o mesmo material. Sobre esse aspecto, Willians (1974) já destacava que esse fluxo audiovisual é característica definitiva de transmissão televisiva, o que comprova estar havendo ruptura estrutural, paradigmática, no cerne do gênero televisivo, uma vez que a convergência de mídias representa, igualmente, confluência de linguagens, o que por si altera um repertório de codificação que por mais de meio século fez da televisão um modelo soberano de persuasão.

No Brasil, os estudos de comunicação contemplam as estratégias de transmidiação em dois aspectos, sempre influenciados pela perspectiva de Jenkins e que, nesse trabalho, serão apenas citados, sem aprofundamento, pelo fato de os autores explicitarem haver necessidade de análise científica

5 Observatório Ibero-americano sobre Ficção Televisiva, coordenado pelas pesquisadoras Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Maria Cristina Palma Mungioli, docentes vinculadas à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

6 Conteúdo disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/antropomedia/>>. Acesso em: 06 jan. 2016.

pormenorizada⁷ além das fronteiras que delimitam o fenômeno. O primeiro aspecto é parte do objeto ora em voga, ou seja, o desenvolvimento de estratégias transmídia por parte dos meios de comunicação produtores de conteúdos. Emissoras de televisão adotam o conceito de “segunda tela” e disponibilizam aplicativos que, instalados em aparelhos de telefonia celular e tablets, permitem acesso a conteúdos elaborados especificamente para esse formato de pequenas telas. Na prática, a audiência continua assistindo televisão, com o diferencial de isso ocorrer em circunstâncias diversas que envolvem horário e conteúdos com escolha autônoma e, principalmente, interação instantânea com os gestores de tais produções.

O segundo aspecto envolvendo o fenômeno transmídia e contemplado pelos estudos de comunicação no Brasil refere-se à apropriação, pelo usuário, de diversas plataformas midiáticas para interação sobre conteúdos diversos. Esse comportamento de consumo, como aponta Straubhaar (2004), não é exclusividade das novas acepções sobre tecnologias de informação e comunicação e já podia ser percebido nos anos iniciais de popularização da televisão, nos anos 1960, quando os telespectadores buscavam informações complementares sobre programas e artistas preferidos recorrendo a ouvir programas de rádio ou ler revistas e jornais especializados nos bastidores do mundo artístico. Para a realidade atual, esse modo de compreender a transmídia mostra a audiência ressignificando os conteúdos que consome, recorrendo a postagens de comentários, críticas ou paródias, nas redes sociais, sobre personagens da vida cotidiana ou da ficção. Uma informação levada ao ar na televisão ou postada em um site de notícias pode ser replicada, comentada ou alterada, em fração de segundos, mediante uso de plataformas digitais, gerando debates e, muitas vezes, alteração do conteúdo original da parte emissora.

As formas de observação da audiência, pois, mudaram substancialmente, nos estudos da comunicação, em especial a partir das abordagens de Martín-Barbero. O espaço da mediação, em suas investigações, representou significativo território em que se encontra o sujeito social da interlocução, produtor de cultura. Há, nesse aspecto, uma cultura das mídias, permeada por lógicas de produção e recepção de sentidos. Os processos comunicacionais e suas significações, nesse prisma, são mediações em configuração

7 Por exemplo, os apontamentos de Henry Jenkins sobre o fenômeno transmídia consideram, essencialmente, o perfil de consumo midiático da sociedade norte-americana e, ainda assim, mediante análise de um tipo de produção de ficção amplamente consumido naquele país, como os seriados *Lost*, *Heroes* e *24 Hours*.

mais ampla, o que quer dizer que as interações de sentidos envolvidas nesse sistema de trocas resulta, primeiro, de conflitos e aceitações, levando, por consequência, a resistência ou transformação dos significados.

O território da mediação, para Martín-Barbero (2003), confunde-se ou mescla-se com o território das culturalidades. Isso porque fica colocada em xeque a soberania da cultura das mídias, uma vez que são respeitadas, na negociação de sentidos, as particularidades da cultura do receptor-interlocutor. Nesse cenário, fica aberta a possibilidade de enfrentamento entre as culturas locais e as culturas dominantes. Essa perspectiva leva-nos diretamente à contestação da hegemonia presente na dualidade mídias-mercado, agentes esses que perderiam sua capacidade de definir os símbolos culturais para a sociedade civil.

Em estudos mais recentes, Martín-Barbero (2014) expande sua reflexão para as consequências da globalização, ratificando o teor contraditório da permanente revolução tecnológica das comunicações, qual seja, ser fonte de desigualdades entre setores sociais, culturas e países, mas, também, capaz de potencializar a associação, a participação democrática e a defesa dos direitos sociopolíticos e culturais. A globalização, nessa análise, precisaria ser vista não apenas em seu lado perverso, mas como fator de possibilidades.

A integralidade dessa perspectiva condiz ao que Verón (2014) aborda em sua forma de entender outro fenômeno, o da midiaticização. Se os fenômenos midiáticos, como vemos, produzem a autonomia de emissores e receptores, concomitantemente levam à persistência de discursos pelo tempo. Mediação e midiaticização, por conseguinte, diferem-se pelo fato de a primeira levar à autonomia e à persistência na transformação dos conteúdos, enquanto a outra conduz à descontextualização do significado nesse mesmo fluxo. Essa descontextualização, adverte o autor, permite múltiplas quebras de espaço e tempo produzidas por qualquer dispositivo técnico de uma forma específica. Midiaticização, em resumo, permite e/ou leva à aceleração do tempo histórico, o que a torna, em representação, uma longa sequência histórica de fatos midiáticos institucionalizados em sociedades humanas, e suas múltiplas consequências. Tais consequências são, outrossim, o ponto de partida dos estudos que buscam entender a sociedade de consumo da contemporaneidade.

Entre as vertentes possíveis, na atualidade, do desenvolvimento proposto por Verón, está a transmedição. Surgida nas sugestões apontadas por Jenkins (2009), essa maneira de compreender o envolvimento e o protagonismo das audiências, seja de forma individualizada ou em comunidades virtuais, igualmente modificou os modos de produção dos conteúdos midiáticos em seus mais diversos gêneros. Necessário, pois, retomar os estudos

de Martín-Barbero, uma vez que os objetos surgidos na produção interativa meios—audiência—meios exigem uma elaboração de cartografias (MARTÍN-BARBERO, 2008) de maneira a procurar dar conta não apenas dos conteúdos específicos de meios como a TV, o rádio e as informações on-line disseminadas, em sua maioria, nas redes sociais, mas também que digam algo sobre, em uma perspectiva de territorialidade da cultura, fronteiras hibridizadas e, por conseguinte, sobre mediações socioculturais.

Verificando esse universo de novas representações, podem-se observar práticas de uma audiência caracterizadas pelo protagonismo, nas redes sociais, tanto em relação à transmediação de conteúdo quanto à proposição, de acordo com Lopes e Mungioli (2013), de debates sobre, por exemplo, a ficção televisiva. Em ambos os casos, e independente do gênero em que o fenômeno comunicativo esteja inserido, tais práticas geram operações de produção de sentido ancoradas em narrativas presentes em distintos espaços de interação e fruição. Transmediação, nessa prerrogativa, é um processo comunicativo de múltiplas interações, caracterizado essencialmente por representações que transitam da realidade objetiva à subjetividade, com suficiência de apropriação de narrativas dos meios tradicionais de produção de conteúdos e transformação de igual processo comunicativo, mediante convergência de linguagens, para dialetos consentidos, compreendidos e compartilhados em espaços desterritorializados pela virtualidade.

Um aspecto relevante nessa configuração de espaços a partir da transmediação é que, segundo Lopes e Mungioli (2013), o que está envolvido é uma lógica de criação narrativa que transborda os limites de cada veículo de comunicação, instaurando transformações nos polos de produção e da recepção por meio da circulação de conteúdos ancorada nos múltiplos suportes midiáticos do cenário comunicacional contemporâneo. Essa perspectiva, segundo as autoras, enfatiza os processos de criação e veiculação dos produtos midiáticos, sejam eles de informação ou de entretenimento, regidos não pelo princípio de adaptação ou da tradução intersemiótica (JAKOBSON, 2003), mas, sobretudo, pelo princípio da convergência.

Se, por um lado, temos a audiência protagonizando a construção de sentidos que reconfiguram e alteram os modos de produção de conteúdos por parte dos grupos de comunicação, é porque outro paradigma mostra-se rompido nos estudos da comunicação. O sujeito social receptor-interlocutor faz-se ativo e, no fenômeno da transmediação, devolve, ressignificada, a construção de sentidos que contesta ou legitima a ação comunicativa proposta pelo emissor. Está em voga, pois, a legitimação de um conceito que, nascido

no berço da Escola Crítica Latino-americana, reivindica espaço, na arena de tensões caracterizada pela territorialidade da cultura, enquanto campo científico em legitimação. A Educomunicação preconizada por Soares (2011), resultante de investigação empírica desenvolvida, nos anos 1990, em países da América Latina, preserva a postulação de um sujeito social audiência com suficiência crítica para compreensão sobre os modos de produção da dominação cultural imposta pela hegemonia dos grupos de comunicação. De acordo com o autor, se permitido ou propiciado o protagonismo por parte de quem recebe os conteúdos midiáticos, fica, necessariamente, rompida a verticalidade das relações dialógicas em qualquer estrato social organizado. Se recebe, logo, criticamente uma construção de sentidos advinda em forma de fluxo informativo circulante, um indivíduo, ao ressignificar e assumir o território de compartilhamento dos conteúdos que alterou, estará liberto das amarras que, por séculos, não deram voz à recepção. É essa voz, transmediada, que confirma serem os pressupostos epistemológicos da teoria de Soares o alicerce, nos estudos de comunicação, para a compreensão do novo universo das interações no virtualizado território das mídias contemporâneas. Negar essa perspectiva seria regressar a um ontem recente, em que a recepção era passiva e a hegemonia, dominante cultural incontestada.

Considerações quase finais

Os estudos de comunicação deparam-se, já há algum tempo, com um fenômeno que dá equidade de poder de produção de conteúdos a uma parte dos processos comunicacionais costumeiramente compreendida — e por vezes aceita — como passiva. Ser audiência, pois, seria aceitar, inerte, àquilo imposto hegemonicamente pelo arbitrário poder da indústria produtora de comportamento de consumo. Tal página da história, virada, agora mostra sujeitos sociais ativos não somente na recepção, mas também na gestão de conteúdos circulantes.

A audiência protagonista coincide com um momento da história das comunicações em que a parte hegemônica produtora de conteúdos enfrenta sua crise mais ácida. Não uma crise financeira como a que desestabiliza as economias do planeta desde a virada recente de séculos, mas um abalo provocado pela inédita falta de controle daquilo que o público pode e quer consumir. Em via contrária, as mídias sociais mostram, na prática, a audiência determinando o que quer consumir.

São, há de se reconhecer, discussões que perpassam pela episteme do conceito de Educomunicação, presentes no percurso que Messias (2011), em pesquisa de mestrado na ECA-USP⁸, faz ao resgatar o trajeto histórico desse objeto, desde o pensamento latino-americano até a implantação de cursos superiores de ensino na área⁹. Tais apontamentos encontram-se disponíveis em publicações inúmeras feitas nos congressos nacionais anuais da Intercom, território onde há mais de duas décadas os estudos interdisciplinares da comunicação ratificam a audiência latino-americana não só como não passiva, mas, principalmente, protagonista.

É preciso salientar, também, a necessidade de compreender uma realidade obscura ainda não aprofundada pelos estudos de comunicação. Nesse cenário, as novas formas de linguagem propiciadas pela tecnologia representam um segundo e talvez mais profundo golpe na hegemonia de dominação pela cultura de mediação dos fluxos de informação. Por mais, pois, que haja voz ativa e reflexiva na parte da audiência e isso signifique um certo descontrole de rumos por parte de quem produz e medeia conteúdos, ainda há a presença do Estado nesse tipo de fenômeno.

Contudo, por trás do empoderamento de vozes presente nos fenômenos da mediação, da midiática e da transmedição, há, em redes virtuais, um fluxo que, informal, funciona à margem do Estado e fora da esfera de persuasão do mercado. Sua revelação é lenta, gradativa e segue nos filtros de controle da hegemonia justamente por ameaçá-la.

Os caminhos para o desvelamento desse poder paralelo dos processos comunicativos perpassa, necessariamente, por uma revisão acerca da subestimação de letramento midiático e tecnológico da audiência. Há novos códigos, ocultos para a visão de uma sociedade tradicionalmente fechada para a cultura da inovação, que sobremaneira aproximam homem e máquinas. Muito mais que mirar os algoritmos, os estudos de comunicação carecem de aproximação com o campo da educação para um diálogo que considere, efetivamente, as literacias sob os aspectos formal e informal das diversas plataformas pelas quais circulam informações significadas e ressignificadas.

A Educomunicação antecipou, a seu tempo, a suficiência de ressignificação de sentidos de uma audiência capaz de produzir conteúdos e alte-

8 Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

9 Licenciatura, na Universidade de São Paulo, e bacharelado, na Universidade Federal de Campina Grande, PB.

rar significados advindos da hegemonia. O desafio, por vir, é virar essa página da história e compreender, em novos estudos de interlocução, os paradigmas emergentes de processos comunicativos fincados em territórios com codificação dominada por uma minoria que, fora da égide do Estado, sequer é (re) conhecida pela sociedade civil.

Referências

- BAUMAN, Z. Ensaios sobre o conceito de cultura. São Paulo: Zahar, 1999.
- BELTRÁN, L.; CARDONA, E. F. de. Comunicação dominada. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- BOURDIEU, P. Curso de 18 de janeiro de 1990. In: Sobre o estado. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- FADUL, A. Cultura e comunicação: a teoria necessária. KUNSCH, M. M. K.; FERNANDES, F. A. M. Comunicação, democracia e cultura. São Paulo: Intercom-Edições Loyola, 1989.
- FAUSTO NETO, A. Participação comunitária no Brasil: equívocos e desvios comunicacionais. In: MARQUES DE MELO, J. (Org.) Comunicação na América Latina. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- FECHINE, Y. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, M. I. V. (Org.). Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira. v. 3. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 19-60.
- GRAMSCI, A. O caráter não-nacional da cultura italiana. In: GRAMSCI, A. Literatura e vida nacional. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.
- JAKOBSON, R. Linguística e comunicação. São Paulo: Cultrix, 2003.
- JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.
- LOPES, M. I. V. de; MUNGIOLI, M. C. P. Das ficções às conversações: a transmediação do conteúdo ficcional na fan page da Globo. In: LOPES, M. I. V. de. Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira. Porto Alegre: Sulinas, 2013.
- MARTÍN-BARBERO, J. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, D. Por uma outra comunicação: mídia, mundialização e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- _____. Pistas para entre-ver meios e mediações. In: MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações — comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

_____. Diversidade em convergência. Matrizes, São Paulo, v. 8, n. 2, p.15-33, jul./dez. 2014..

MORAES, D. de. Por outra comunicação. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MESSIAS, C. Duas décadas de Educomunicação: da crítica ao espetáculo. 2011. 240 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

OROZCO GÓMEZ, G. Entre pantallas: nuevos roles comunicativos de sus audiencias-usuarios. In: AGUILAR, M.; NIVÓN, E.; PORTAL, M.; WINOCUR, R. (Eds.). Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica. Madrid: Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana, 2009, p. 34-46.

MORAN, J. M. Leituras dos meios de comunicação. São Paulo: Poncast, 1993.

SOARES, I. de O. Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação. São Paulo: Paulinas, 2011.

STRAUBHAAR, J.; LAROSE, R. Comunicação, mídia e tecnologia. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

_____. Sedimentada, híbrida ou múltipla? A nova geografia cultural das identidades. Matrizes, São Paulo, v. 7, n° 1, p. 59-93, jan./jun. 2013.

VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. Matrizes, São Paulo, v. 8, n. 1, p.13-19, jan./jul. 2014.

WILLIAMS, R. Television: technology and cultural form. New York: Schocken Books, 1974.

Referência eletrônica

KANTAR IBOPE MEDIA. Antropomedia. 2015. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/antropomedia/>>. Acesso em: 06 jan. 2016.