

Os relacionamentos institucionais sob a perspectiva das mediações

Éllida Neiva Guedes*

Índice

Introdução	1
1 Pressupostos teóricos sobre mediações: um recorte	2
2 As mediações e a produção de sentido nos relacionamentos entre a organização e seus públicos	5
Considerações finais	7
Referências	8

Resumo

Objetiva-se com este artigo circunscrever as pesquisas sobre os relacionamentos entre uma organização e seus públicos no campo das mediações, delineando-se um recurso teórico-metodológico para tais investigações na área de Relações Públicas. Configuram-se os relacionamentos institucionais como processos discursivos de interação, com base na concepção tridimensional do discurso de Norman Fairclough, e as mediações como processos estruturantes daqueles, a partir da interpretação da Teoria das Mediações de Jesús Martín-Barbero e Teoria das Múltiplas Mediações de Guillermo Orozco Gómez.

*Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (Brasil). Doutoranda em Ciências da Comunicação, na Universidade de Coimbra, sob a orientação da Professora Doutora Isabel Ferin Cunha.

Palavras-chave: Relacionamentos institucionais, Discurso, Mediações, Sentido, Relações Públicas.

Introdução

As pesquisas orientadas pelas mediações culturais são desenvolvidas, em geral, na esfera da recepção dos conteúdos das mídias, muito fortemente da televisão. A validade de também utilizá-las como recurso teórico-metodológico nas investigações dos relacionamentos institucionais¹ ampara-se no entender das mediações como o conjunto de processos socioculturais que estruturam e organizam a percepção e a apropriação da realidade pelos interlocutores e do discurso como modo de ação e representação, concepções que sustentam o olhar dos relacionamentos institucionais sob a dinâmica discursiva.

Inicia-se com um recorte teórico das mediações, do ponto de vista de Jesús Martín-Barbero (2000, 2002, 2009) e Guillermo Orozco Gómez (1994, 1997, s/d), cujas teo-

¹Usa-se o termo “relacionamentos institucionais” em referência a toda interação, decorrente das atividades-fim ou das atividades-meio, entre uma organização, pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, e um grupo de pessoas que a influenciam ou por ela é influenciado.

rias das mediações foram construídas no âmbito do estudo da televisão, porém, sendo aqui interpretadas à luz das Relações Públicas e adequadas à investigação dos relacionamentos institucionais. Em seguida, articulam-se as mediações e esses relacionamentos, chegando-se, por fim, a uma outra forma de olhar a relação construída entre uma organização e seus públicos.

Este artigo é um recorte da tese em elaboração para o doutoramento em Ciências da Comunicação na Universidade de Coimbra, Portugal.

1 Pressupostos teóricos sobre mediações: um recorte

Martín-Barbero (2009), em sua obra *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, de 1987, faz duras críticas ao modelo hegemônico para a análise da comunicação na América Latina dos anos sessenta e setenta. A partir daí, o teórico desloca o objeto das pesquisas em comunicação para os atores sociais, os quais, no ato de recepção/interpretação de uma mensagem, recorrem aos sentidos elaborados em suas práticas cotidianas. Dos meios e da passividade por eles “provocada” parte para as questões do sentido e do conflito, dos valores construídos historicamente.

Ao transferir a problemática da comunicação para as mediações, Martín-Barbero (2009) passa a pensar a comunicação a partir da cultura e o processo de produção de significados dos lugares de fala de cada indivíduo, que demarcam uma forma muito particular de apreensão do mundo. Ele entende a mediação cultural como a primeira delas, já que está “entre” os fatos e a interpretação

que se faz deles, condicionando todo o resto – o modo de olhar, descrever e analisar a realidade.

O autor insere nesse processo as experiências de vida do receptor, não mais como sujeito dominado e reproduzidor de sentidos, mas como produtor de novos significados, condição que o capacita a assimilar, a negociar ou a resistir ao que lhe é imposto. Abandona a dimensão exclusivamente técnica, demonstrando que as mediações estão diretamente relacionadas com a comunicação. Martín-Barbero ressalta, assim, que as mediações são

[...] os modos de relação das pessoas com o meio [...]. Tem a ver com a classe social, com grupo familiar, [...] com a região da qual procede ou onde vive, elementos raciais, elementos étnicos, idade [...]. [...] há uma maneira individual (de interpretar as mensagens), mas essa maneira individual está impregnada, moldada, por uma série de dimensões culturais, que são coletivas (Martín-Barbero, 2000:154).

Para entender a comunicação e a cultura, Martín-Barbero (2002, 2009) aponta quatro mediações comunicativas da cultura, o chamado “mapa noturno das mediações”: sociabilidade, ritualidade, tecnicidade e institucionalidade.

A sociabilidade é gerada nas relações e negociações dos espaços nas interações cotidianas dos sujeitos, nos modos como os sujeitos constituem-se a si e as suas relações com o poder. Relaciona-se à ordem social.

A ritualidade remete ao universo simbólico da comunicação, aos cenários de

repetição de práticas e reprodução das instituições e suas regras. É marcada pela rotina das pessoas e grupos e pelos diferentes usos sociais que os receptores fazem dos meios e das suas múltiplas trajetórias de leitura na constituição como indivíduos. Esta é condicionada pela educação, saberes, gênero, hábitos familiares, escola, igreja. A ritualidade vincula-se diretamente à produção de sentido e permite a análise do contexto de atuação dos sujeitos.

A tecnicidade ancora-se nas singularidades das tecnologias da informação e comunicação, na convergência dos meios (televisão, rádio, telefone, computador), no processo de modelagem da cultura. Refere-se ao modo como cada um organiza sua percepção dos meios de comunicação, remetendo à construção de novas práticas, via diferentes linguagens dos meios, estes uma combinação de tecnologia e discurso.

A institucionalidade diz respeito aos interesses e poderes contrapostos que afetam a construção de discursos por parte do Estado, em busca da estabilidade à ordem constituída e, por parte dos cidadãos, que buscam defender seus direitos.

Com o “mapa das mediações”, Martín-Barbero (2009) busca alertar contra o pensamento em torno da tecnologia como o “grande mediador” entre as pessoas e o mundo e enfatiza os novos sentidos do social e os novos usos sociais dos meios introduzidos tanto pelos mediadores socioculturais tradicionais – escola, família, igreja, bairro –, como pelos novos atores e movimentos sociais. O autor propõe, ainda, três lugares de mediação como pistas para a identificação de fontes de mediação que interferem e alteram a maneira como os receptores recebem os conteúdos midiáticos: a co-

tidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural.

A cotidianidade familiar Martín-Barbero a referencia como o lugar social de interpelação, onde as pessoas se confrontam e se reconhecem, através das relações sociais e da interação com as instituições. É o espaço das relações estreitas e da proximidade, no qual ocorrem conflitos e tensões, que, reproduzindo as relações de poder da sociedade, faz com que os indivíduos manifestem seus anseios e inquietações.

A temporalidade social é constituinte da cotidianidade e compreende os diferentes tempos de produção e de recepção das mensagens.

A competência cultural diz respeito à bagagem cultural que cada um carrega e que concorre para um modo próprio de interpretar e usar o conteúdo da comunicação. É a vivência cultural adquirida, ao longo da vida, pela educação formal e experiências do cotidiano.

Influenciado pela mediação cultural de Jesús Martín-Barbero e pela teoria da estruturação de Anthony Giddens, somadas ao entendimento próprio de recepção e mediação como processo, Orozco Gómez desenvolveu o Modelo das Múltiplas Mediações, com a intenção de orientar os estudos da recepção televisiva, levando para o nível empírico a concepção de mediações de Martín-Barbero e operacionalizando-a metodologicamente.

Orozco Gómez (1997) enfatiza que a influência da televisão ocorre por ausência de outros mediadores e pela falta de condições sociais, econômicas e culturais. Ao mesmo tempo, evidencia que a audiência é composta por sujeitos sociais, históricos e culturais, com destrezas cognitivas, mas também com deficiências analíticas, carências informati-

vas, necessidade de comunicação e de reconhecimento.

O telespectador, para ele, é um sujeito, um ser em situação e, portanto, condicionado individual e coletivamente, que se constitui pelos múltiplos processos interativos e se diferencia como resultado da sua particular interação com a TV e, sobretudo, das diferentes mediações que entram em jogo no processo de recepção. O telespectador é, assim, um ser ativo, que não está isento de outras mediações (Orozco Gómez, s/d).

Orozco Gómez (1994:74) distingue as mediações como “[...]processos de estruturação resultantes de ações concretas ou intervenções no processo de recepção televisiva [...]” e as fontes de mediação como “[...] lugares em que se originam estes processos estruturantes [...]” (tradução nossa). Para ele, a mediação se manifesta por meio de ações e discursos.

A mediação, diz Orozco Gómez (1994), tem origem em diversas fontes: cultura, política, economia, classe social, gênero, idade, etnicidade, meios, condições situacionais e contextuais, instituições e movimentos sociais. Ele sugere quatro grupos de mediação: individual (uma fusão da mediação cognoscitiva com a de referência, apontada por ele em um primeiro artigo), situacional, institucional e videotecnológica. A mediação cultural, também citada em trabalho anterior, não foi mais usada pelo autor com essa denominação, por estar presente nas demais mediações.

As mediações individuais dizem respeito àquelas que provêm da própria individualidade dos sujeitos enquanto seres que produzem significados comunicativos – capacidades, história, condicionamentos genéticos e culturais específicos –, que se articu-

lam com particularidades como sexo, etnia, origem social ou geográfica.

As mediações situacionais relacionam-se ao modo e às circunstâncias em que as pessoas interagem com os meios de comunicação, ou seja, a situação de recepção. Trata-se das condições físicas do local, pessoas presentes, valores dominantes nesse grupo, estados particulares de ânimo. Remetem, ainda, aos vários cenários em que se verificam reapropriações, portanto, aos contextos.

As mediações institucionais formam-se nos cenários que extrapolam o momento da recepção e que atuam sobre o processo de reapropriação dos sentidos. As instituições – família, escola, igreja, clubes de esportes, associações de bairro, de militância – medeiam a agência do sujeito, através das suas esferas de significação, que são determinadas historicamente pela natureza institucional, objetivos, origem, desenvolvimento e pressões políticas e econômicas a que estão submetidas. Vinculam-se aos vários papéis sociais do indivíduo no seu contexto, que levam à concorrência pela hegemonia dos sentidos sociais.

Orozco Gómez (1994,1997) sublinha que a audiência não é somente audiência, já que os sujeitos participam regularmente de instituições diversas, ainda que ocasionalmente, o que significa que eles obedecem a regras e procedimentos institucionais e que são objetos de diferentes mediações. Uma vez que pertencem a várias instituições ao mesmo tempo, onde adquirem sua identidade e produzem sentido às suas práticas, a audiência é capaz de ser crítica e produtiva e de significar sua produção material e simbólica.

Com base no exposto, compreendem-se as mediações, no contexto deste artigo, como um complexo conjunto de processos socio-

culturais que ocupam um lugar simbólico entre a produção e a recepção, no qual as mensagens são elaboradas e interpretadas pelos sujeitos da comunicação. Tais processos compõem os múltiplos contextos dos interlocutores, nos quais são construídos, compartilhados e renovados os sentidos, estruturando todo e qualquer fenômeno comunicacional. As mediações, contudo, não se restringem a “ocupar” o espaço entre a produção e a interpretação, já que nele atuam, modificando os processos receptivos e interpretativos.

A seguir, articulam-se as mediações, na concepção que orienta este artigo, a produção de sentidos e os relacionamentos institucionais, entendidos como processos discursivos.

2 As mediações e a produção de sentido nos relacionamentos entre a organização e seus públicos

O homem tende a ver o mundo que o cerca como um contexto de relações (Flusser, 1983). O estar no mundo, aponta o autor, é organizado por relações repletas de inúmeros e inesgotáveis aspectos emocionais, culturais, econômicos, políticos, biológicos. As relações, assim, prendem o homem à sociedade e o definem.

Ao se relacionarem “no” e “com” o mundo, os atores sociais agem uns sobre os outros. Os atos de se comunicar e interagir nas atividades cotidianas decorrem do caráter simbólico humano e do processo de dar sentido ao mundo. O sentido é

[...] uma construção social, um

empreendimento coletivo, mais precisamente interativo, por meio do qual as pessoas – na dinâmica das relações sociais historicamente datadas e culturalmente localizadas – constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos a sua volta [...] (Spink; Medrado, 2004:41).

Ao construir sentidos na sociabilidade cotidiana, o homem significa tudo que o rodeia e a ele próprio (Esteves, 2007), apoiado em sentimentos, lembranças, contradições, conflitos, conhecimentos, histórias de vida, percepções individuais e interações dos interlocutores do processo comunicativo. Nesse processo, ficam evidentes os múltiplos aspectos referidos por Flusser (1983), a referência aos contextos de atuação dos sujeitos e o caráter remissivo destes – em cada situação comunicativa e dado o contexto, acionam acervos construídos e que lhe dão segurança, reproduzindo-os ou renovando-os.

As relações sociais diárias, através das quais processa-se tal dinâmica, são atravessadas por discursos elaborados por uma multiplicidade de vozes que expressam ideias e conceitos originados em domínios diversos (religião, arte, filosofia, ciência), em grupos próximos (família, escola, comunidade, meio profissional) e nos media em geral (Spink; Menegon, 2005).

O discurso, para Fairclough (2008), consiste em um modo de ação das pessoas sobre o mundo e, especialmente, sobre os outros, e, ainda, um modo de representação. Implica uma relação dialética entre a prática social (o discurso) e a estrutura social, sendo esta

tanto uma condição como um efeito daquela prática. Daí o autor propor considerar, na adoção do termo discurso, “[...] o uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais [...]” (Fairclough, 2008:91).

Em sua concepção tridimensional do discurso, Fairclough (2008) diz que, além da dimensão social, o que torna a prática discursiva efetivamente discursiva é a linguagem, manifestada na forma de textos, no sentido amplo do linguista britânico Michael Halliday - como linguagem falada e escrita.

As dimensões social e do texto são mediadas pela prática discursiva, que não se opõe à prática social, mas é uma forma particular dessa. Um discurso como prática discursiva focaliza a produção, a distribuição e o consumo textual, processos sociais que exigem referência aos ambientes econômicos, políticos e institucionais particulares nos quais aquele é gerado. A produção e o consumo textuais, que podem se dar individual ou coletivamente, baseiam-se e são restringidos pelos recursos dos membros (das comunidades sociais), como o autor se refere às estruturas, convenções sociais interiorizadas, ordens de discurso e recursos sociais constituídos na prática e luta sociais. Ao mesmo tempo, as práticas discursivas dos membros das comunidades sociais produzem efeitos e resultados sobre as estruturas constituídas, sendo inconsciente essa relação dialética.

Tendo-se em vista a relação de causa e efeito entre a estrutura social e a prática discursiva, observa-se essa dinâmica dialética no processo discursivo que atravessa as relações, internas e externas, que permeiam as organizações. Ou seja, os discursos elaborados e que circulam no âmbito organiza-

cional, além da relação com a estrutura social, também sofrem efeitos da estrutura organizacional, ao mesmo tempo em que nela os produzem.

As relações organizacionais, na disciplina das Ciências da Comunicação, são objeto de estudo das Relações Públicas, e na perspectiva deste artigo, são chamadas de relacionamentos institucionais.

A partir do pensamento aqui elaborado, no processo relacional institucional, discursivo que é, também são exigidas referências aos diferentes contextos de atuação dos agentes envolvidos e ao que Fairclough denomina de recursos dos membros. Em tal processo identificam-se os públicos e as organizações como membros das comunidades sociais, referidos pelo autor, que ocupam as posições de produtores e consumidores do discurso. Aqueles membros recorrem aos recursos constituídos nos ambientes de atuação da prática social para significar e representar o mundo e se relacionar dentro e fora das organizações.

Tais recursos são aqui associados às mediações, sustentadas pela fundamentação teórica anterior. As mediações originam-se e atuam nos contextos de interação daqueles agentes, inclusive no organizacional, em um processo constante de significação e resignificação do mundo que os rodeia.

Contextos são “[...] espaços de relações, ora de alianças, ora de confrontos e antagonismos, mas sempre relações estratégicas na constituição do mundo desejável [...]” (Araújo, 2002:50). Concorrem para a construção de modos próprios de apropriação da realidade, que medeiam os sujeitos em sociedade. A partir dos contextos, ao trazerem à cena uma gama de materiais simbólicos adquiridos e reelaborados ao longo da sua

existência, os interlocutores produzem as concepções que revelam a si mesmos e a realidade por eles vivenciada e que os orientam no mundo, organizando-o.

Cada pólo (organização e públicos), de modo único, é alterado pelas mediações em seu processo de produção e consumo da comunicação, modificam ou consolidam percepções, (re)construindo o sentido. Os contextos e as mediações, desse modo, diferenciam os discursos e interferem nos relacionamentos, moldando-os.

Os membros dos públicos em interação com uma organização estão sob influência dos significados elaborados individualmente, a partir das experiências de cada um (mediações individuais); dos cenários de atuação social nos múltiplos papéis que exercem (mediações situacionais); da esfera de significação das instituições das quais participam, inclusive da organização específica com quem está em interação naquele dado momento, através de “apelos” diversos, dentre os quais inserem-se os meios eletrônicos e digitais (mediações tecnológicas). A multidimensionalidade e a multidirecionalidade das mediações, provenientes de diferentes posições sociais e lugares de fala, são a base da compreensão da produção dos sentidos sociais, aponta Orozco Gómez (sd).

Os relacionamentos institucionais são, portanto, interações mediadas culturalmente. Cabe observarem-se, no processo relacional, os lugares e as condições em que foram edificados – e que os condicionam, à luz das experiências e dos papéis diversos dos agentes envolvidos.

Considerações finais

Os processos de produção, distribuição e consumo de textos que acontecem nos relacionamentos entre uma organização e seus públicos guardam singularidades dos interlocutores, tendo-se em vista a multiplicidade de vozes que atravessam seus discursos e de lugares de onde falam, nos quais adquirem e modificam as mediações.

As mediações implicam a produção de sentidos, de forma particularizada, já que os sujeitos apelam a materiais simbólicos, recebidos ao longo de sua vida, próprios de seus contextos, mas também de modo coletivo, já que os sentidos nascem na interação social. Nesta, as mediações estruturam a apropriação, a negociação e a resistência a sentidos.

Desse ponto de vista, tem-se que a vivência social cotidiana, a experiência acumulada dos indivíduos e a diversidade de posições sociais de cada sujeito respondem pelas desigualdades entre os interlocutores, informando os relacionamentos institucionais e a construção de sentido que neles se efetiva.

Investigar as fontes de mediação e verificar as mediações manifestadas pelos grupos com os quais uma organização se relaciona torna-se um recurso útil no desenho do perfil desses interlocutores, etapa básica para a compreensão do processo relacional e para a definição de políticas de relacionamento entre a organização e seus públicos, que conduzam aos objetivos pretendidos.

O esforço teórico aqui realizado intencionou trazer fundamentos que contribuam para a análise da aplicabilidade da teoria das mediações na investigação dos relacionamentos institucionais e para a construção de um novo olhar que contemple a singularidade de toda interação, como construção so-

ciocultural. Sob a perspectiva das mediações e da concepção tridimensional do discurso, o relacionamento institucional pode ser observado como um processo discursivo de interação entre uma organização e seus públicos, interpelado e significado pelas mediações. Nele, os sentidos influenciam as muitas variáveis que o compõem – o intercâmbio simbólico, a influência recíproca, a duração, a qualidade, o nível de satisfação, os resultados da interação.

Referências

- ARAÚJO, I. S. de (2002), *Mercado simbólico: interlocução, luta, poder. Um modelo de comunicação para políticas públicas*, Tese de doutorado em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 452 p.
- ESTEVES, J.P. (2007), Os novos media na perspectiva da democracia deliberativa: sobre redes e tecnologias de informação e comunicação, in PIRES, E. B. (org.), *Espaços públicos, poder e comunicação*, Porto: Edições Afrontamento, p. 209-224.
- FAIRCLOUGH, N. (2008), *Discurso e mudança social*, Brasília: Editora da UnB.
- FLUSSER, V. (1983), Nosso Relacionamento, in FLUSSER, V., *Pós-História: vinte instantâneos e um modo de usar*, São Paulo: Livraria Duas Cidades, pp.153-160.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2009), *Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Rio de Janeiro: UFRJ.
- _____. (2000), Comunicação e mediações culturais, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XXIII, nº 1, janeiro/junho de 2000, entrevista a Claudia Barcelos, disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewDownloadInterstitial/3663/3451>, [consultado a 3 de março 2010].
- _____. (2002), Aventuras de um cartógrafo mestiço, in MARTÍN-BARBERO, J., *Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*, São Paulo: Edições Loyola, disponível em: <http://www.scribd.com/doc/7657824/Oficio-de-cartografo-Introducao->, [consultado a 16 de março 2010].
- OROZCO GÓMEZ, G. (1994), Recepción televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia, in OROZCO GÓMEZ, G. (coord.), *Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva* (Cuadernos de comunicacion y practicas sociales), Cidade do México: Iberoamericana.
- _____. (1997), Medios, audiencias y mediaciones, disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=634081>, [consultado a 9 de março 2010].
- _____. (2010), *O telespectador frente à televisão. Uma exploração do processo de recepção televisiva*,

Guadalajara, México: s/d. , disponível em: <http://teoriacom.files.wordpress.com/2008/08/04-guillermo-orozco.pdf>, [consultado a 15 de março 2010].

SPINK, M. J.; MEDRADO, B. (2004), Produção de sentidos no cotidiano: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas, *in* SPINK, M. J. (org.), *Práticas discursivas e produção de sentido no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*, São Paulo: Cortez.

SPINK, M.J.; MENEGON, V. M. (2005), Práticas discursivas como estratégias de governamentalidade: A linguagem dos riscos em documentos de domínio público, *in* IÑIGUEZ, L. (org.), *Análise de discurso: manual para as Ciências Sociais*, 2^a. Ed. Petrópolis: Editora Vozes.