

Temas, eixos investigativos e considerações sobre as linhas de pesquisa: análise de processos e produtos midiáticos e mídias e práticas socioculturais

Themes, axes research and considerations for research lines: Process Analysis and media products and Media and Sociocultural practices

Paulo Celso da Silva

Pós-Doutor pela Universitat de Barcelona. Pós-Doutor em Geografia pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) Doutor em Geografia pela Universidade de São Paulo (USP). Professor e Coordenador do programa de mestrado da Universidade de Sorocaba. Sorocaba, SP, Brasil. E-mail: paulo.silva@prof.uniso.br

Resumo: Este texto aborda as duas linhas de Pesquisa do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso e a gama de possibilidades para as produções intelectuais que elas abrangem. Nos dois casos verificamos que se faz presente a Mídia, enquanto materialidade entre o acontecido e o ser na sociedade contemporânea. Dessa forma, compreender e atuar na sociedade passa por agenciamentos entre meios de comunicação e homens, necessariamente.

Palavras-chave: Mídia. Processo e Produtos Midiáticos. Práticas Socioculturais. Sociedade Contemporânea.

Abstract: This text discusses, in general terms, the two lines of research in the Masters Program in Communication and Culture at the University of Sorocaba - Uniso and range of intellectual production possibilities covering. In both cases present the media in terms of materiality between the event and being in contemporary society. Therefore, understand and act in society implies agency-makers/empowerments between means and men, necessarily.

Keywords: Media. Processes and products by the media. Cultural practices. Contemporary society.

Introdução

O Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba iniciou suas atividades em 2007 e, desde então, o tema da mídia e seus desdobramentos sempre estiveram presentes. Isso é o que podemos atestar lendo e analisando as dissertações defendidas até o presente, assim como as diversas atividades desenvolvidas pelos professores do mestrado.

As duas linhas de pesquisa, que o Programa agora desenvolve, foram frutos de análises e debates, buscando atender, de maneira coerente, as questões que a materialidade da vida contemporânea apresenta cotidianamente. Entendendo que as linhas de pesquisa são, antes de tudo, linhas de ação, temos:

Linha de pesquisa 1: Análise de Processos e Produtos Midiáticos

A linha incorpora pesquisas sobre processos e produtos comunicacionais nas mídias impressas, visuais, audiovisuais e hipermidiáticas. Os estudos ocupam-se da produção de sentidos, dos modos de organização e estruturação dos textos, das estratégias narrativas e enunciativas envolvidas na configuração de gêneros e formatos, dos regimes de interação, visibilidade, subjetividade, identidade e sociabilidade instituídos por tais objetos, que podem abarcar interfaces com outras áreas do conhecimento.

Linha de pesquisa 2: Mídias e Práticas Socioculturais

A linha incorpora pesquisas que desenvolvam metodologias e leituras das práticas socioculturais. Ocupa-se dos produtos midiáticos enquanto norteadores de socialização; de formas de sociabilidade advindas das práticas comunicativas no espaço urbano e em instituições, bem como de características, mudanças históricas e estruturais dos meios de comunicação. Também, estuda as relações entre as produções da arte e os meios de comunicação, como expressão e mediação entre grupos e culturas. Inclui, ainda, estudos advindos das tecnologias comunicacionais contemporâneas e seus respectivos suportes discursivos.

Também cabe dizer que, apesar da indicação das linhas um e dois, não existe uma hierarquia de importância entre elas. E, mais importante ainda, ambas, mantendo suas particularidades e especificidades, dialogam em um imbricado processo comunicacional; seja em defesas de dissertações, quando os pesquisadores podem apresentar suas leituras no intuito de contribuir com o processo de formação dos alunos; seja em parcerias para projetos e artigos, momento e lugar privilegiado de trocas teóricas e exercício de subjetividade. Isso compõe um trilhar que o leitor segue e com o qual se identifica. Propõe e reescreve o seu trajeto.

Análise de Processos e Produtos Midiáticos

Falar em processos implica reconhecer, imediatamente, um constructo e não um produto finalizado. Assim entendido, quando a ideia é desenvolver a análise desses processos, o ponto de partida é a imprecisão com que o objeto se mostra ao pesquisador. Este, por sua vez, ao observar a sua concretude imediata, é impelido a questioná-la, sente o incomodo da coisa inacabada, da infinitude em que mergulha na busca de respostas, provisórias, sem dúvida, mas que atendam o sentido que a contemporaneidade solicita.

Tais sentidos ampliam mais quando falamos de produtos midiáticos, ao considerar que eles alteram a percepção quando envolvidos em plataformas multi, hiper, teramidiáticas de expansão da sensibilidade e de uma nova organização dos sentidos físicos, aqueles com os quais nossa espécie é reconhecida, uma vez que ciborgs, híbridos e outras possibilidades convivem. E são incorporadas ao humano, reconfigurando, tanto os textos quanto seus mecanismos de apropriação, interação, visibilidade, subjetividade, identidade e sociabilidade.

As narrativas ganham expansão conceitual e o narrador é o que conta o contemporâneo. Presente-passado-futuro, como escalas espaço-temporais motivadas e movidas por aparatos técnicos, solicitam interfaces de sentido. Reafirmando: hibridizações e ciborgização cotidianas. Desconfortável, o pesquisador, em mutação, torna-se narrador analista. Científico, poético, ensaísta são momentos da mesma pesquisa, são interfaces estilísticas do texto vivido. A Comunicação, enquanto área do conhecimento, não quer fazer a síntese das demais áreas, das quais se apropria para sua tarefa de compreensão do mundo. Tentar fazer síntese é banalizar o conhecimento acumulado das áreas afins e prever um conhecimento apenas panorâmico para a comunicação.

Dessa forma, a Análise de processos e produtos midiáticos, enquanto linha de pesquisa, com suas possibilidades de interfaces inter e intra-áreas, abre espaço em um universo de interesses para atender profissionais atentos aos textos que o mundo oferece.

Mídias e Práticas Socioculturais

Outra linha de ação do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso, Mídias e Práticas socioculturais, busca analisar e compreender o papel das mídias em uma sociedade marcada também pelo inter, trans, hipercultural, e como suas práticas, encaminham novas proposições para o viver cotidiano. Este por sua vez, como reino das repetições e dos atos mecânicos, indica uma relação dialética entre as mídias e as práticas. Ou seja, as proposições midiáticas são assumidas, mas não sem antes serem transformadas pelas experiências de cada um em novas ou outras práticas cotidianas.

Com isso, o espaço urbano, a cidade, configura-se como espaço privilegiado para o desenvolvimento, acumulação, distribuição e consumo midiáticos. Entre os agentes envolvidos, a linha de pesquisa e ação do programa, debruça sobre a comunicação – interna/externa – das empresas privadas e públicas, reconfiguradas em um mercado internacional, globalizado, mas que guarda particularidades e especificidades que, nos lugares, são importantes como instâncias de identificação. Tal identidade construída e alterada pela flutuação do modo de produção capitalista, antes fordista, agora mais flexível, é apoiado em uma comunicação que cria, educa, reflete os novos modelos que devem ser apropriados pelos trabalhadores e consumidores na tarefa de viver quotidianamente.

Outra possibilidade de análise da sociedade atual, local-global, ao mesmo tempo, glocal, para unir as duas escalas, é através da arte. Comunicação e arte, mídia e arte possuem interfaces apresentadas em diversos suportes, em produções e linguagens que se atualizam e convergem constantemente. O que instiga reflexões e indica, através dos meios, caminhos para a cultura híbrida nas duas escalas citadas.

Nesse sentido, a segunda década do século XXI traz, em seu bojo, culturas que se potencializavam nas décadas anteriores. Exemplo disso são os BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), um grupo com grande diversidade sócio-econômico-cultural e que tem causado interesse e curiosidade de muitos países. Assim, também, com sua produção artística. Os artistas da China, por exemplo, estão entre os mais valorizados e visitados do mundo. Essas novas configurações socioculturais destacam a necessidade de compreender,

não somente o papel das mídias em todo esse processo, mas quais as implicações que as relações efetivas da mídia ressaltam nos territórios e com os territórios.

Conclusão

As linhas de pesquisa são linhas de ação para analisar, ampliar, intervir na realidade imediata de cada pesquisador, baseado em teorias, métodos e metodologias que possam dar conta da complexidade que se apresenta como desconforto intelectual. Desconforto que faz o pesquisador da comunicação buscar caminhos para compreender o presente, ao possibilitar novas interpretações e/ou significados, a fim de que possa seguir buscando seu objeto de estudo para aborda-lo em um mundo que se transforma mais rápido do que a capacidade dos pesquisadores de trabalhar seus temas.

Para finalizar, não poderíamos deixar de expressar nossa discordância com as políticas e ideologias da doutrina TINA, sigla em inglês para There is no Alternative, que comanda o processo de globalização, ao instaurar uma única via, um só trilhar, um só mundo. Ao contrário, toda pesquisa tem algo novo para expor aos seus leitores. No final de cada investigação, o objeto e o pesquisador já não são mais o mesmo, assim também, como o mundo.

Separamos os participantes da pesquisa – pesquisador, objeto e mundo – apenas didaticamente, pois quando se vive uma pesquisa todos são partes do Todo: o conhecimento.