

**A RELAÇÃO ENTRE A COMUNICAÇÃO E A SEMIÓTICA DO PONTO DE VISTA
DA TEORIA DOS CAMPOS**

Vivian Santana Paixão¹

Resumo

O objetivo deste artigo é compreender a teoria dos campos formulada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, utilizando, para isso, a comunicação e a semiótica. Serão utilizados argumentos que mostrem como ambas fazem parte do mesmo campo, ou melhor, como a semiótica pode ser considerada como um “subcampo” da comunicação. Como base teórica, serão usados o texto “Algumas propriedades dos campos” de Bourdieu e a obra *Comunicação e Semiótica* de Noth e Santaella.

Palavras-chave: Bourdieu. Semiótica. Comunicação. Teoria dos campos. Santaella e Noth.

é pela Semiótica que se consegue adentrar no interior de qualquer imagem e desvendar, interpretar e traduzir possíveis mensagens. Ela é uma ciência que dá significação a todos os tipos de signos, inclusive, sua metodologia pode ser aplicada em qualquer linguagem midiática, desde a oralidade até a comunicação por rede de computadores (SANTAELLA; NÖTH, 1998, p. 143).

Introdução

Entre os vários conceitos criados pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu para entender as relações sociais de forma mais precisa está a noção de campo. No texto, “Algumas teorias dos campos”, publicado no livro *Questões de Sociologia*, o autor explica este conceito e mostra a sua importância no dia a dia dos sujeitos e das corporações que eles fazem parte. Bourdieu explica que o campo se estrutura na relação de força entre os agentes ou as instituições envolvidas na distribuição do capital específico que, acumulado, orienta as decisões e estratégias posteriores (BOURDIEU, 2003).

Os campos apresentam-se à apreensão sincrônica como espaços estruturados de posições (ou de postos) cujas propriedades dependem de sua posição nesses espaços e

¹ Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. E-mail: vipaixao80@gmail.com

que podem ser analisadas independentemente das características dos seus ocupantes (em parte determinadas por elas) (BOURDIEU; 2003; p.119).

O campo é um espaço social com inúmeras relações de interesses entre as pessoas que possuem objetivos em comum e disputam por meios de se sobressair em seu campo, mas nem todos possuem os mesmos capitais simbólicos para isso. É importante mencionar que o campo é um espaço de competição entre aqueles que têm o poder de dar as ordens e os que têm somente a opção de acatá-las, ou melhor, é um ambiente em que a disputa pelo poder e por atender as exigências do campo é latente. De acordo com Bourdieu, há uma disputa entre um campo existente e outro que procura se estabelecer.

Mas sabemos que em qualquer campo descobriremos uma luta, cujas formas específicas terão de ser investigadas em cada caso, entre o novo que entra e tenta arrombar os ferrolhos do direito de entrada e o dominante que tenta defender o monopólio e excluir a concorrência (BOURDIEU, 2003, p. 119-120).

Para que se possa compreender melhor como este conceito é vivenciado pelos seus agentes, serão utilizadas a comunicação e a semiótica; em que a segunda é um “subcampo” da primeira. Sendo assim, serão mostrados os argumentos que um campo precisa ter para ser considerado como tal e as características que fazem, nesse caso, com que a semiótica faça parte do campo da comunicação, ou seja, será especificada a razão pela qual a semiótica pode e deve ser considerada uma parte importante da comunicação.

Levando-se em conta que a semiótica é a ciência da significação e de todos os tipos de signos, afirmar que as teorias semióticas e suas respectivas metodologias podem ser aplicadas às linguagens das mídias mais diversas e seus respectivos processos de comunicação, desde a oralidade até o ciberespaço, é uma asserção passível de pouca discussão, chegando a se constituir em um truísmo (SANTAELLA, NÖTH, 2004, p. 7).

Comunicação, Semiótica e a Teoria dos campos

O conceito de campo é um dos conceitos essenciais na obra de Bourdieu e pode ser definido como um espaço em que chefes e subordinados lutam por postos importantes de atuação; todos querem ter o seu lugar sem se preocupar com o que é preciso fazer para isso. De acordo com Bourdieu,

11º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero

<http://www.casperlibero.edu.br> | interprogramas@casperlibero.edu.br

em termos analíticos, um campo pode ser definido como uma rede ou uma configuração de relações objetivas entre posições. Essas posições são definidas objetivamente em sua existência e nas determinações que elas impõem aos seus ocupantes, agentes ou instituições, por sua situação (situs) atual e potencial na estrutura da distribuição das diferentes espécies de poder (ou de capital) cuja posse comanda o acesso aos lucros específicos que estão em jogo no campo e, ao mesmo tempo, por suas relações objetivas com outras posições (dominação, subordinação, homologia etc.). Nas sociedades altamente diferenciadas, o cosmos social é constituído do conjunto destes microcosmos sociais relativamente autônomos, espaços de relações objetivas que são o lugar de uma lógica e de uma necessidade específicas e irreduzíveis às que regem os outros campos. Por exemplo, o campo, artístico, o campo religioso ou o campo econômico obedecem a lógicas diferentes (apud BONNEWITZ, 2005, p.60).

O autor define algumas características que os campos precisam ter para serem considerados como tal: de início, é necessário que um espaço social para ser considerado campo deva ser autônomo em relação a outros campos; é importante também que exista o reconhecimento dos agentes ao que diz respeito aos objetos de interesses; por fim, é preciso haver focos de disputa e pessoas que os reconheçam e que queiram fazer parte deste jogo de interesses. O campo só se constitui se houver disputa comum por reconhecimento.

A estrutura do campo é um *estado* da relação de força entre os agentes ou as instituições envolvidas na luta ou, se se preferir, da distribuição do capital específico que, acumulado no decorrer das lutas anteriores, orienta as estratégias posteriores. Esta estrutura, que está no princípio das estratégias destinadas a transformá-la, está ela própria sempre em jogo: as lutas cujo lugar é o campo têm por parada em jogo o monopólio da violência legítima (autoridade específica) que é característica do campo considerado, quer dizer, em última análise, a conservação ou a subversão da estrutura da distribuição do capital específico (BOURDIEU, 2003, p. 120-121).

Para o autor, o que faz com que o universo social se estruture é a posse de diversos tipos de capital. A representatividade e a importância dos sujeitos dependem, principalmente da quantidade e da importância do seu capital simbólico.

Além das leis gerais do campo, há especificidades próprias a cada campo particular. Em cada um deles, a disputa entre os participantes, a maneira que devem se comportar, as regras de pertencimento e os prêmios pelos quais se lutam possuem propriedades próprias que, em muitos casos, são inaceitáveis a outros campos. Todos devem possuir o *habitus* daquele campo, estar de acordo sobre o valor do jogo e contribuir para a sua manutenção.

11^o interprogramas de mestrado FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Um campo, ainda que do campo científico se trate, define-se entre outras coisas definindo paradas em jogo e interesses específicos, que são irredutíveis às paradas em jogo e aos interesses próprios de outros campos (não se pode fazer correr um filósofo com as paradas em jogo dos geógrafos) e que não são percebidos por alguém que não tenha sido construído para entrar nesse campo (cada categoria de interesses implica indiferença perante outros interesses, outros investimentos, assim votados a serem percebidos como absurdos, insensatos, ou sublimes, desinteressados). Para que um campo funcione, é necessário que haja paradas em jogo e pessoas prontas a jogar esse jogo, dotadas do *habitus* que implica o conhecimento e o reconhecimento das leis imanentes do jogo, das paradas em jogo, etc (BOURDIEU, 2003, p.120).

Tendo em vista o conceito criado por Bourdieu, a comunicação pode ser considerada um campo, pois possui todos os requisitos solicitados – é autônoma em relação aos outros campos, os agentes reconhecem os objetos de interesse e há disputa . A comunicação, não somente a que se vê como sinônimo de mídia, permeia a vida humana e faz parte de todos os fenômenos cotidianos. Ela está tão ligada aos acontecimentos espontâneos que, muitas vezes, nem se é dada a sua devida importância. Em todas as épocas, grupos humanos sempre utilizaram a comunicação e as manifestações de sentido para se expressarem e se constituírem como sociedade, tecendo assim as suas redes sociais no sentido lato do termo. De acordo com Fiorin, “os textos criados pelos meios de comunicação são produtos de linguagens e, por conseguinte, podem ser examinados pelas teorias linguísticas e semióticas.” (FIORIN, 2004, p.14)

Com o a criação dos meios de comunicação de massa,

existe infelizmente uma tendência para se restringir o campo da comunicação ao limite estrito da comunicação de massa, ou, o que é pior, meramente ao dos *meios* de comunicação de massa. [...] Assim como a comunicação, também os signos, isto é, a produção e troca simbólicas, sempre existiram e são fatores de constituição da própria condição humana. Por isso mesmo, a semiótica, mesmo que nem sempre com esse nome, enquanto reflexão sobre a linguagem e seus sentidos, teve suas origens já no mundo grego e atravessou, com características próprias de cada época, toda a história humana desde então” (SANTAELLA; NÖRTH, 2004, p. 23-24).

Pensando nisso, pode-se considerar que, apesar de algumas discordâncias, a semiótica é um “subcampo” da comunicação. Todos os fenômenos sociais e culturais são articulados pelo ser humano por meio da linguagem. Assim, todos os significados são transformados em signos, ou seja, os elementos semióticos traduzem todos os acontecimentos para que o falante

consiga interpretá-los a partir de processos mentais que são utilizados para a compreensão do mundo.

O discurso deve sempre suas características mais importantes às *relações de produção linguísticas* nas quais ele é produzido. O signo não tem existência (salvo abstrata, nos dicionários) fora de um modo de produção linguístico concreto. Todas as transações linguísticas particulares dependem da estrutura do campo linguístico, ele próprio expressão particular da estrutura das relações de força entre os grupos que possuem as competências correspondentes (ex.: língua "polida" e língua "vulgar" ou, numa situação multilinguística, língua dominante e língua dominada) (BOURDIEU, 1977 apud ORTIZ, 1983, p.159).

É importante mencionar que não existe consenso sobre a relevância da semiótica entre as teorias da comunicação, especialmente na América Latina. Uma das justificativas é que os estudos relacionados à comunicação nessa parte do mundo foram feitos em um ambiente de resistência política. Outro fator é que até os anos 70, a semiótica estava mais centrada nas áreas de letras, linguística e literatura do que na comunicação. Além disso, é que, ao contrário da comunicação que tem a sua importância cada vez maior tanto no setor empresarial, quanto no ensino e na pesquisa, a semiótica não conseguiu se institucionalizar; não conseguiu ainda impor o seu grau de importância tanto para a comunicação quanto para outros campos.

Embora os especialistas evitem a panaceia de que 'tudo é comunicação' e defendam uma autonomia do campo a ser construída, há um consenso generalizado entre eles de que o aumento de complexidade da comunicação abriu caminho à consciência crescente de seu estatuto transdisciplinar e da inexistência de uma estrutura explicativa única ou de objetos previamente recortados para a diversidade fenomênica da comunicação [...] (SANTAELLA; NÖRTH, 2004, p. 21-22).

Como há o reconhecimento de vários pesquisadores acerca da transdisciplinaridade do campo da comunicação, não deveria haver nenhuma resistência em relação à importância da semiótica para os estudos comunicacionais. Mesmo assim, infelizmente, a semiótica é ainda vista, por muitos, como uma simples metodologia formal, que não traz nenhuma contribuição para a comunicação. No entanto, alguns reconhecem a importância da semiótica, mas restringem-na à sua instrumentalidade para a leitura das linguagens da comunicação: publicidade, jornal e cinema.

Contudo, no mundo de hoje, a internet com as suas mídias digitais se tornou propícia à junção da semiótica com a comunicação, já que é nesse contexto que surge um grande número de linguagens com a criação de ícones que representam uma realidade virtual. A semiótica não só faz parte do campo da comunicação como pode invadir todos os outros campos. Existem signos em todos os lugares, mas isso não quer dizer que a semiótica está tomando os territórios alheios. Pelo contrário, a semiótica auxilia na compreensão de todos os tipos possíveis de signos e todo o seu comportamento e propriedades.

A Semiótica é uma teoria que analisa o construto da significação em quaisquer textos, inclusive produtos midiáticos. A contribuição que a Semiótica (ou qualquer outra teoria que se debruce sobre o sentido, como a Análise do Discurso, a Análise da Conversação *etc.*) teria a dar é na tarefa de descrever os mecanismos de produção de sentido para que o olhar comunicacional articulasse as três instâncias citadas por França (2001), a saber: relação entre os interlocutores, sentido e contexto (MENDES, 2010).

A semiótica pode auxiliar para a eficácia da comunicação na medida em que tem como objetivo o estudo dos signos, considerando os contextos das mensagens. Por isso, devido a sua natureza, a semiótica é muito importante no estudo de qualquer fenômeno relacionado à transmissão de informação: a linguagem, as artes e a própria comunicação.

Por não existir comunicação sem troca de signos, pode-se entender que a comunicação e a semiótica caminham lado a lado. Sem a interpretação das mensagens transmitidas não há o campo da comunicação, por isso ambas estão intrinsecamente ligadas, por mais que muitos tentem afirmar o oposto. Os signos são a base das mensagens, então se a semiótica é o estudo dos signos, logo o ponto em que comunicação e semiótica se cruzam fica nítido

Se levarmos ainda em consideração que o estudo da ação dos signos não se reduz a um mero formalismo descritivo das propriedades internas dos signos, mas inclui suas relações de referência, suas ligações contextuais, seus processos de emissão, os efeitos que estão aptos a produzir nos receptores e, sobretudo, se levarmos em conta que o signo é mediação entre algo a que ele se refere ou aplica-se e os efeitos que serão produzidos no receptor, o que inclui as consequências que disso podem advir no futuro, as relações entre a comunicação e a semiótica ficam mais intrincadas e muito mais substanciais do que pode parecer à primeira vista (SANTAELLA; NÖRTH, 2004, p. 77).

Considerações finais

11º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero

<http://www.casperlibero.edu.br> | interprogramas@casperlibero.edu.br

Como foi dito ao longo do artigo, todo campo tem como fator principal a imposição de critérios de atuação e objetivos para aqueles que dele fazem parte, precisa haver disputa, jogos de interesses e, muitas vezes, conflitos. Por possuir todas essas características, a comunicação pode ser considerada um campo social.

Outra propriedade, já menos visível, de um campo: todas as pessoas que estão cometidas num campo têm em comum um certo número de interesses fundamentais, a saber tudo o que está ligado à própria existência do campo: daí uma cumplicidade objetiva que está subjacente a todos os antagonismos (BOURDIEU; 2003; p.121).

A comunicação faz parte da vida humana desde as pinturas rupestres até a atualidade. Seja como meio de comunicação ou como sinônimo de mídia, ela é cada vez mais essencial para o desenvolvimento e para a compreensão do mundo. Sendo assim, a semiótica que tem como objeto todas as linguagens existentes, por mais que alguns discordem, auxilia a comunicação em todos os seus potenciais possíveis, fazendo parte do campo comunicacional. As relações entre comunicação e semiótica são íntimas e as partes essenciais de ambas se cruzam.

Uma das propriedades inalienáveis da comunicação é a capacidade de organizar informações em mensagens valendo-se, para isso, de linguagens com diferentes codificações. Uma das características fundamentais da semiótica é a compreensão do modus operandi dos signos no processo de criação das significações a partir das relações estabelecidas em atividades interativas que acontecem entre homens, organismos, aparelhos e máquinas ou em qualquer outra atividade de linguagem. Nesse sentido, todo ato comunicativo mostra-se, a um só tempo, produtor e resultado de algum tipo de enredamento sógnico. A linguagem é a potencialidade da base tanto organizadora da comunicação quanto criadora da rede semiótica. (MACHADO, 2001, p.2)

Referências

ARAÚJO, F.M.de B., ALVES, E.M., CRUZ, M.P. **Algumas reflexões em torno dos conceitos de campo e habitus na obra de Pierre Bourdieu.** Disponível em:

<http://revistascientificas.ifrj.edu.br:8080/revista/index.php/revistapct/article/viewFile/14/14>

Acessado em 17 de jan. de 2015.

BONNEWITZ, Patrice. **Primeiras lições sobre a sociologia de Pierre Bourdieu.** Petrópolis: Vozes, 2005.

BOURDIEU, Pierre. Algumas propriedades dos campos in **Questões de sociologia.** Lisboa: Edições, Sociedade Unipessoal, 2003.

FIORIN, José Luiz. **Semiótica e comunicação.** Disponível em:

<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1390> Acessado em: 25 jun. 2015.

MENDES, Conrado Moreira. **A comunicação pela semiótica.** Disponível em:

http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/vertentes/Vertentes_36/conrado_mendes.pdf Acessado em 20 de jun. 2015.

MACHADO, Irene. **Semiótica da comunicação: o re-ordenamento cognitivo dos sistemas semióticos.** Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP15MACHADO.PDF> Acessado: 25 jul. 2015

ORTIZ, Renato (org.). 1983. **Bourdieu – Sociologia.** São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39. p.156-183.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica.** São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SANTAELLA, Lúcia, NÖTH, Winfried. **Imagem, cognição, semiótica, mídia.** São Paulo: Iluminuras. 1998.

MENDES, Conrado Moreira. **A comunicação pela semiótica.** Disponível em:

http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/vertentes/Vertentes_36/conrado_mendes.pdf Acessado em: 25 jul. 2015

<http://reflexoescienciashuma.blogspot.com.br/2010/04/o-conceito-de-campo-em-pierre-bourdieu.html> Acessado em 17 de janeiro de 2015.