

APONTAMENTOS SOBRE MEDIAÇÃO E MIDIATIZAÇÃO: UMA REFLEXÃO SOBRE AS RELAÇÕES IMBRICADAS ENTRE MÍDIA, POLÍTICA E SOCIEDADE

NOTES ABOUT MEDIATION AND MEDIATIZATION: REFLEXION ABOUT RELATION BETWEEN MEDIA, POLITICS AND SOCIETY

*Hebe Maria Gonçalves de Oliveira*¹

RESUMO: No século XX, os *media* passam a fazer parte de nossas vidas, não só encurtando o tempo e as distâncias, mas gerando um novo fenômeno que veio a denominar-se mediatização. Este artigo, portanto, visa a uma reflexão sobre o fenômeno da mediatização ou midiatização para compreender as relações imbricadas entre mídia, política e sociedade, tendo como referência autores como BRAGA (2006), que compreende a mediatização como um processo social “*gerador de tecnologia*”, resultante de um processo dialético; IANNI (2001) e FIDALGO (2006), que, respectivamente elaboram as metáforas do “príncipe eletrônico” e do “superpanóptico”; e MARTÍN-BARBERO (2004), que aponta que os meios têm constituído uma cena importante da vida pública.

PALAVRAS-CHAVE: mediação, midiatização e política

ABSTRACT: In XX century, media have became part of our lives, not only cutting short time and distances, but creating a new phenomenon that has been called mediatization. This essay, therefore, pretends to bring a reflection about phenomenon of mediatization to comprehend the relations between media, politics and society, having as reference author as BRAGA (2006), whom comprehends mediatization as social process “*creator of technology*”, which results of a dialectic process; IANNI (2001) and FIDALGO (2006), whom, respectively, elaborate the metaphors of “*electronic prince*” and “*superpanoptic*”; and MARTÍN-BARBERO (2004), whom says that media have constituted an important scene of public life.

KEY-WORDS: mediation, mediatization and politics

¹ Jornalista, doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) e professora assistente do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa. goncalveshebe@uol.com.br

Introdução: sobre os conceitos mediação e mediatização

Na sociedade contemporânea, tem sido cada vez mais marcante a presença dos meios de comunicação como mediadores das relações sociais. Mediação, pode-se dizer, é um “modo de viver” ou “modo de fazer” que permeia as interações sociais, atribuindo significados à realidade social e natural. CORREIA (2006), no artigo *Elementos para uma crítica da mediação moderna*, explica que “os seres humanos agem em relação à realidade com base no significado que lhe atribuem e esse significado provém em primeira instância dos processos de interação social e de mediação simbólica”. Segundo CORREIA (idem), esses “processos comportam uma dimensão cognitiva – sustentam as representações sociais da realidade social e natural – e uma dimensão prescritiva – indicam os objetivos e as normas de acordo com as quais os indivíduos e as coletividades devem comportar-se”.

Neste sentido, CORREIA (idem) destaca o papel crucial da linguagem como mediadora das relações entre os homens. Esta, por assim dizer, deixa de ser vista como instrumento, para assumir a posição de “elemento estruturante das relações sociais”: “A linguagem aparece, assim, associada ao viver em comum. É através da mediação, designadamente a mediação lingüística, que se manifestam as experiências recíprocas em que assentam as diversas interações práticas do mundo da vida². A escrita também assumirá o seu lugar de mediação na sociedade ao longo do processo de formação de uma cultura letrada.

No entanto, na era dos meios que se instaura no século XX, são eles (televisão, rádio, jornais, revistas e internet) que passam a ocupar o lugar de mediadores não só rompendo as barreiras de tempo e distâncias, mas fazendo parte de nossas vidas, gerando um novo fenômeno que veio a denomina-se mediatização. CORREIA (2006) afirma que “as relações entre indivíduo e sociedade foram alvo de uma mediatização³ gene-

² Em nota de rodapé, Correia (2006) expõe que o “conceito de mundo da vida surge primeiro na obra de Husserl como o mundo da evidência e da experiência quotidianas, por oposição ao mundo quantificado da ciência moderna”. Escreve o autor que “Habermas também irá transportar para a Teoria do Agir Comunicativo o conceito central do mundo da vida. (...) Habermas entende que o mundo vivido desempenha a função da constituição de um contexto (...): ‘Graças ao mundo da vida os participantes da comunicação encontram uma interpretação concreta da relação entre os mundos objectivo, subjectivo e social. Logo que eles transpõem o horizonte de uma situação dada, não arriscam a por o pé no vazio; descobrem-se novamente num outro domínio de evidências culturais, actualizado no presente e previamente interpretado”.

³ Os termos mediatização e mediatização são empregados com o mesmo significado. Os radicais “mídia” e “media” vem do inglês “media, que advém do neutro plural do latim médium” (Aurélio).

realizada no decurso da qual a construção de imaginários, a formulação de normas e a consolidação de visões de mundo dependem cada vez mais da presença de órgãos de comunicação”. Portanto, tomemos como mediatização as trocas sociais das sociedades pós-industriais, conforme escreve VERÓN ([s/d], p.17).

Na perspectiva da sociologia do conhecimento, BRAGA (2006b) expõe sobre a mediatização da sociedade como resultado de um processo de construção da realidade. Em seu artigo, *Sobre a “mediatização” como processo interacional de referência* (2006b), o autor escreve: “Podemos assumir que a sociedade não apenas produz sua realidade através das interações sociais a que se produz; mas igualmente produz os próprios processos interacionais que utiliza para elaborar sua realidade – progressivamente e a partir de expectativas geradas nas construções sociais anteriores; e também, por processos autpoiéticos assim desencadeados”. BRAGA remete à perspectiva da construção social da realidade, em que “a sociedade constrói a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos e grupos e setores da sociedade se relacionam”. Conforme Berger e Luckmann⁴, BRAGA escreve que “construímos socialmente a realidade social exatamente na medida em que, tentativamente, vamos organizando possibilidades de interação”.

Mediatização como processo interacional de referência

BRAGA compreende a mediatização como sistema e processo interacionais de referência⁵ próprio do mundo tecnológico, resultado de um processo histórico “evolutivo” complexo posterior à oralidade (primeiramente) e a escrita: “Um processo interacional de referência, em determinado âmbito, ‘dá o tom aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas. Assim, dentro da lógica da mediatização, os processos sociais ‘da mídia’ passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem mas se juntam”. Em outras palavras, BRAGA (2006b) salienta que nenhum sistema e/ou processo

⁴ BERGER, Peter e LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade. Tratado de sociologia do conhecimento. 5ed. Petrópolis: Vozes, 1983.

⁵ Braga (2006b) desenvolve a tese de que o estágio de desenvolvimento em que se encontra o processo de interação social midiático de referência pode ser visto como em uma transição da escrita. Isto por afirmar que a mediatização como processo interacional de referência se encontrar em sua fase de incompletude.

interacional de referência “substituem outros – mas absorvem, redirecionam e lhes dão outro desenho (que inclui, parcialmente, o anterior)”: “Assim, dentro da cultura escrita, quando processo interacional de referência, permaneceram espaços de interacionalidade genuinamente ‘oral’. (...) Na cultura mediatizada, permanecem espaços de interacionalidade em que os padrões da escrita se mantêm”.

Para BRAGA (2006b), o processo de mediatização (...) “corresponderia, grosso modo, a esta ‘evolução’ de implantações técnicas a serviço de objetivos de sociedade ‘anteriores’ para derivações autopoieticas na elaboração de lógicas próprias”. Pode-se afirmar que o que é próprio da mediatização é a presença da tecnologia, que nos cria novas concepções do que é real, conforme aponta POSTMAN (1994). Conforme já acentua Marx (apud POSTMAN, 1994), a “‘tecnologia revela o modo como o homem lida com a natureza’ e cria ‘as condições de uma relação’ para a qual nos posicionamos uns aos outros”. Retomando BRAGA (2006b), no atual processo de mediatização, cria-se “padrões para ‘ver as coisas’, para ‘articular pessoas’ e mais ainda, relacionar sub-universos na sociedade e – por isso mesmo – modos de fazer as coisas através das interações que propiciam”.

Mas que tecnologia é esta que nos medeia? Segundo BRAGA (2006b), as tecnologias são criadas para atender objetivos sociais interacionais. Isto vale dizer que a mediatização como processo de interação social “deriva de objetivos dessa sociedade por definição pré-midiática”. Entre esses objetivos, podem ser apontados

maior abrangência geográfica e populacional de envolvimento; maior rapidez nas comunicações; maior permanência das mensagens (registro); maior diversidade de captura, objetivação, transformação, transmissão e circulação de tipos de informações e comportamentos – possibilitando usa-los diretamente em interações sociais (v.g. sons, imagens, gestos, ambientes,...); busca de adesão mais direta e mais rápida a proposições dominantes (hegemonia); ampliação de consumo; maior agilidade e rapidez na captação de informações e de comportamentos sociais.

Segundo BRAGA (idem), “a mediatização aparece como um processo social *gerador* de tecnologia”, resultante de um processo dialético, ao contrário do que se coloca habitualmente “que a mediatização aparece como um processo ‘decorrente’ da tecnologia”. BRAGA esclarece que a partir de um dado estágio, as invenções se alimentam a si mesmo e que os setores interessados atuam – seguindo tais lógicas – “no sentido de ampliá-las, completar sentidos, suprir lacunas”. Neste sentido, pode ser

tomada como exemplo a invenção do relógio mecânico, conforme descreve POSTMAN (1994). Segundo o autor, a invenção do relógio nos séculos XII e XIII teve como objetivo atender a uma necessidade nos mosteiros beneditinos. Isto é, precisavam regular as rotinas dos monges, dos quais se exigia, entre outras atividades, sete momentos de adoração ao longo do dia. Com o controle do tempo através do relógio, os sinos dos mosteiros passaram a ser tocados com precisão para os momentos de devoção. Conforme escreve POSTMAN (idem), o que não estava previsto era a posterior apropriação do instrumento pelo capitalismo para fins próprios:

o que os monges não previam foi que o relógio se tornaria num meio não somente de assinalar as horas mas também de sincronizar e de controlar as acções dos homens. E assim, em meados do século XVI, o relógio passou para fora dos muros do mosteiro e trouxe uma nova e precisa regularidade à vida do operário e do mercador. “O relógio mecânico”, como escreveu Lewis Mumford, “possibilitou a idéia da produção regular de horas regulares de trabalho e de um produto padronizado”. Em outras palavras, sem o relógio, o capitalismo teria sido praticamente impossível.

A busca crescente por “mais tecnologia”, segundo BRAGA (2006b), “se faz já dentro da mediatização, que por sua vez se põe dentro da tecnologização crescente da sociedade”. Isto, segundo o autor, significa que “temos um processo de tecnologização em andamento”, não mais em fase inicial na mediatização.

Reside, aí, portanto a importância de se concentrar esforços para a compreensão dos fenômenos relacionados com os processos midiáticos. Considerado um dos pioneiros dos estudos sobre as mediações, MARTÍN-BARBERO, em sua obra clássica escrita em 1987, *Dos meios às mediações*, chama atenção para o deslocamento do objeto de estudo:

Sobrecarregada tanto pelos processos de transnacionalização quanto pela emergência de sujeitos sociais e identidades culturais novas, a comunicação está se convertendo num espaço estratégico a partir do qual se pode pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam essas sociedades-encruzilhada, a meio caminho entre um subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva. Assim, o eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais.

A preocupação volta-se, portanto, para a necessidade de se estudar as lógicas de produção e de seus usos. Para MARTÍN-BARBERO

(1997, p.299), “o que importa é o que configura as condições específicas de produção, o que a estrutura produtiva deixa vestígios no formato, e os modos com que o sistema produtivo – a indústria televisa – semantiza e recicla as demandas oriundas dos ‘públicos’ e seus diferentes usos”. Neste sentido, o autor (*idem*) apresenta o que denomina de “dispositivos concretos” a estudar: a competitividade industrial; a competência comunicativa; os níveis e fases de decisão na produção de cada gênero; as ideologias profissionais; as rotinas de produção; e as estratégias de comercialização.

A mediação é “a circulação de significados”, conforme escreve SILVESTONE (2002, p.33). Para o autor (*ibid.*, p. 42), a atenção para a mediação como processo é questão crucial para saber por que devemos estudar a mídia:

Precisamos compreender esse processo de mediação, compreender como surgem os significados, onde e com que conseqüências. Precisamos ser capazes de identificar os momentos em que o processo parece falhar, em que é distorcido pela tecnologia ou de propósito. Precisamos compreender sua política: sua vulnerabilidade ao exercício do poder; sua dependência do trabalho de instituições e de indivíduos; e o seu próprio poder de persuadir e de reclamar atenção e resposta.

Entre as questões presentes no debate atual têm sido o desmoroamento de instituições tradicionalmente sólidas, como o Estado, partidos políticos, e a perda da ideologia, frente a uma crescente onda de consumo, (re)alimentada pelos meios de comunicação. OCTÁVIO IANNI (2001), com sua metáfora do príncipe eletrônico, refere-se à mídia não mais como o “quarto poder”, expressão cunhada à imprensa do final do século XIX. Diante do fenômeno midiático, o autor (*ibid.*, p.144) escreve: “Trata-se de um desenvolvimento novo, intenso e generalizado, abrangente e predominante da mídia no âmbito de tudo o que se refere à política”. IANNI (*idem*) considera que a predominância da mídia desafia os clássicos (três) poderes, bem como partidos políticos, movimento sociais e opinião pública:

Na época da globalização, modificam-se mais ou menos radicalmente as condições sob as quais se desenvolve a teoria e a prática da política. Em primeiro lugar, a globalização do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório, propicia o desenvolvimento de relações, processos e estruturas de dominação política e apropriação econômica de alcance mundial. Alteram-se as formas de sociabilidade e os jogos das forças sociais, no âmbito de uma vasta, complexa e contraditória sociedade civil mundial em formação. Isto significa a emergência de grupos sociais, estruturas

de poder, acomodações, tensões e lutas em escala mundial. Em segundo lugar, no bojo desse mesmo processo de globalização político-econômica e sociocultural, desenvolvem-se tecnologias eletrônicas, informáticas e cibernéticas que agilizam, intensificam e generalizam as articulações, as integrações, as tensões, os antagonismos, as fragmentações e as mudanças socioculturais e político-econômicas, pelos quatro cantos do mundo. Em terceiro lugar, e simultaneamente a todos os desenvolvimentos, nexos, contradições e transformações em curso, desenvolve-se uma nova confirmação histórico-social de vida, trabalho e cultura, desenhando uma totalidade geohistórica de alcance global, compreendendo indivíduos e coletividades, povos, nações e nacionalidades, culturas e civilizações. Esse é o novo e imenso palco da história, no qual se alteram mais ou menos radicalmente os quadros sociais e mentais de referência de uns e outros, em todo o mundo.

IANNI (*ibid.*, p. 148) caracteriza o príncipe eletrônico como “uma entidade nebulosa e ativa, presente e invisível, predominante e ubíqua, permeando continuamente todos os níveis da sociedade, em âmbito local, nacional, regional e mundial”. O autor reforça as relações imbricadas entre mídia/política/economia: tanto a mídia é governada pela natureza do sistema político e as normas da cultura política de cada país, quanto à estrutura sociopolítica e econômica também determina a estrutura interna de seu próprio sistema de mídia, suas estratégias mercadológicas, bem como as relações entre as diferentes organizações de mídia. “Sem esquecer que grande parte da mídia se organiza em corporações e, muitas vezes, faz parte de conglomerados também transnacionais. Há, portanto, toda uma vasta e complexa rede de articulações corporativas envolvendo mercados e idéias, mercadoria e democracia, lucratividade e cidadania” (IANNI, 2001, p.151).

À metáfora do príncipe eletrônico, também pode ser acrescida a metáfora do superpanóptico, isto é, a mídia que tudo vigia e controla. Conforme escreve FOUCAULT (1987, p.177), o efeito do panóptico⁶ “é induzir no detento um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder”. Argumenta o autor (*ibid.*, p.178): “Bentham colocou o princípio de que o poder deveria ser

⁶ Modelo arquitetural de Bentham, concebido para o sistema penitenciário na Europa no início do século XIX, era uma construção em formato anel. No centro, uma torre, vazada de largas janelas que se abriam para o lado interno do anel. Em torno da torre, eram construídas as celas, com duas janelas: uma voltada para a torre e outra, para o lado oposto, de forma a entrar a luz do sol, que atravessava toda a cela. O sistema possibilitava que, da torre, o vigia controlasse a todo instante o ambiente na cela. Desta, o preso tinha a plena consciência que estava sendo observado pelo vigia, mas não podia o alcançar com os olhos no topo da torre.

visível e inverificável. Visível: sem cessar o detento terá diante dos olhos a alta silhueta da torre central de onde é espionado. Inverificável: o detento nunca deve saber se está sendo observado; mas deve ter a certeza de que sempre pode sê-lo". Isto é, "uma máquina de dissociar o par ver-ser visto: no anel periférico, se é totalmente visto, sem nunca ver; na torre central, vê-se tudo, sem nunca ser visto". O princípio do panóptico é o poder, assegurado por um mecanismo de observação, que mantém a disciplina e o controle dos homens.

Oportuno, portanto, inserir nesta reflexão o conceito de "modo de informação", apresentado por FIDALGO (2006). Cunhado por Mark Poster⁷ a partir do conceito marxista "modo de produção", o termo "modo de informação" – segundo Fidalgo – designa "o modo como a comunicação electronicamente mediada desafia e, ao mesmo tempo, reforça os sistemas de dominação emergentes na sociedade de cultura pós-moderna". Segundo FIDALGO, dos dois conceitos, pode-se destacar a seguinte distinção: *modo de produção* é o modo "como os objectos que satisfazem as necessidades humanas são produzidos e trocados"; já *modo de informação* reside no plano de ordem simbólica, isto é, "como os símbolos são usados para partilhar sentidos e constituir objectos". FIDALGO (2006) escreve que "Poster encara os sistemas de comunicação electrónica como linguagens determinantes da vida dos indivíduos e dos grupos em todos os seus aspectos, social, económico, cultural e político. Os meios e as formas de comunicação constituem tipos de discurso determinantes das relações de poder e de dominação nas sociedades contemporâneas".

Pertinente, então, comentar aqui o jogo midiático (re)produzido pelo *Jornal Nacional* (Rede Globo) e repercutido pela grande mídia nos três dias anteriores ao 1º turno das eleições para presidente da República em 2006. Do acompanhamento do *Jornal Nacional*, a partir da edição de 28/09/2006, verificou-se a sucessiva divulgação de fatos, que se constituíram do "debate" entre candidatos, escândalos e pesquisas⁸, consi-

⁷ nas obras *Critical Theory and Poststructuralism* (1989) e *The Second Media Age* (1995).

⁸ Na quinta-feira (28/09), inicia-se a crítica incisiva da Rede Globo à ausência de Lula ao debate previsto pela emissora entre os quatro candidatos que apontavam, segundo as pesquisas, maior intenção de votos: Lula, Alckmin, Heloísa Helena (PSol) e Cristovam Buarque (PDT). Na sexta-feira (29/09), a divulgação das fotos do dinheiro (R\$1,16 milhão e US\$248,8 mil apreendidos e fotografados pela Polícia Federal) que, supostamente, teria sido utilizado pelo PT para compra de um dossiê contra o candidato do PSDB ao governo de São Paulo, José Serra. Na noite de sábado (30/09), véspera das eleições, o *Jornal Nacional* (Rede Globo) divulgou a pesquisa realizada pelo Ibope nos dias 29 e 30/09: Lula já contava naquele instante com 49% dos votos válidos, isto é, perdera a posição de vitória no primeiro turno das eleições. As informações divulgadas pelo *Jornal Nacional* nos sucessivos três dias são repercutidas por toda imprensa nacional (desde emissoras de televisão, rádios, jornais impressos e on-line), num efeito agenda-setting.

derados definidores na reta final da disputa eleitoral. A divulgação foi feita sob “doses homeopáticas”, nas sucessivas edições do telejornal de maior audiência e abrangência nacional, com repercussões nos diversos veículos de comunicação, como Folha de S.Paulo, Estado de S.Paulo, portal Uol, etc. Os dados das últimas pesquisas à véspera das eleições traduzem a avalanche de informações expostas nos telejornais da Rede Globo e repercutidas pelos principais veículos de comunicação, contribuindo para a mudança do quadro eleitoral, isto é, a possível vitória do candidato Lula no primeiro turno.

A farsa veio à tona na publicação de CartaCapital, em sua edição (18/10/2006) somente após o 1º turno, em matéria de capa: “A trama que levou ao segundo turno”. Em título menor, a revista expressa: “A partir da trapalhada do PT, a mídia, em especial a Rede Globo, beneficiou o candidato tucano de forma decisiva, às vésperas das eleições presidenciais, com a divulgação das fotos do dinheiro e a ocultação de informações cruciais na cobertura do escândalo do dossiê”. Se qualquer semelhança é mera coincidência, as ações da Rede Globo nos três dias anteriores ao primeiro turno das eleições/2006 não ficaram distantes dos jogos de edições produzidos pelo Jornal Nacional, que ajudou a desbancar Lula e conferir vitória a Collor, em 1989.

Sobre o dualismo mídia versus sociedade

No recente livro *A sociedade enfrenta sua mídia* (2006a), BRAGA apresenta uma questão crucial para nossa reflexão. Trata-se do dualismo mídia e sociedade, até então tomados como dois extremos – mídia, de um lado, e sociedade, do outro. Braga antecipa, em primeira mão, a incorreção ao se falar de um dualismo, em que o primeiro assume um papel de supremacia sobre o segundo. Nessa compreensão, BRAGA expõe que, conforme se acredita, a mídia “assume papel ‘ativo’ de geradora de mensagens” e a sociedade “enfrenta ativamente aquelas interferências, mas sempre na posição de ‘recedora’” (2006a, p.22). BRAGA afirma que o dualismo “é incoerente” porque não há “separação entre parte (a mídia) e todo (sociedade)”. Para o autor,

a sociedade *age e produz* não só com os meios de comunicação, ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social. Ao fazer isto, chega inclusive, *partindo das práticas de uso*, a desenvolver novos objetivos e funções para as tecnologias

inventadas a serviço inicialmente de pontos de vista relacionados a produção/emissão.

No desenvolvimento desta concepção, BRAGA (idem) argumenta que a processualidade midiática não se completa somente nos sistemas de produção e de recepção. Para o fechamento do círculo, o autor identifica *um terceiro sistema de processos midiáticos*, na sociedade, isto é, o *sistema de resposta*. Segundo BRAGA, é este sistema “que completa a processualidade de midiatização social geral, fazendo-a efetivamente a funcionar como *comunicação*”. O sistema de resposta consiste no próprio “sistema de interação social sobre a mídia” – segundo o autor – ou, ainda, o “sistema de resposta social”. Para a distinção entre os três sistemas – produção, recepção e resposta –, BRAGA (ibid, p.28) argumenta que o que interessa ao sistema de resposta não é o que a mídia veicula (sistema de produção), mas “o que, tendo sido veiculado pela mídia, *depois* circula na sociedade”. “Nesse tipo de circulação que nos interessa é que vamos encontrar o que a sociedade *faz* com sua mídia: é, portanto, *uma resposta*”.

À defesa de um terceiro sistema de processos midiáticos, BRAGA (ibid, p.36) apresenta o seguinte argumento: “A sociedade se organiza para tratar a própria mídia”. Para isto, ela desenvolve “dispositivos sociais, com diferentes graus e institucionalização, que dão consistência, perfil e continuidade a determinados modos de tratamento, disponibilizando e fazendo circular esses modos no contexto social. A própria interação com o produto circula, faz rever, gera processos interpretativos”. Para BRAGA (ibid, p.37), as “*interações sociais sobre a mídia retroagem, portanto, sobre as interações ‘diretas’ com a mídia*”. Segundo BRAGA, os dispositivos sociais são os próprios “cineclubes, sites de *media criticism*, fóruns de debate sobre rádio e televisão, crítica jornalística, revistas cujo tema é a própria mídia, produções acadêmicas sobre os meios, processos de autocrítica da imprensa...” Os dispositivos sociais são – para o autor – as evidências de que sociedade age sobre a mídia e se caracterizam como modos organizados, que funcionam dentro de um sistema social, conforme determinação deste sistema ou por suas lógicas.

⁹ Sobre o conceito de dispositivo, Braga (2006, p.36) apresenta em nota de rodapé: “... tomaremos de Maurice Mouillaud a idéia de dispositivos como ‘lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem (necessariamente) os textos’. O dispositivo é uma ‘matriz que impõe sua forma aos textos’, e ainda: ‘o dispositivo pode aparecer como uma sedimentação de textos’ (1997, p.33-34). São, portanto, formas socialmente geradas e tornadas culturalmente disponíveis como matrizes para a realização de falas específicas”.

As críticas sobre produtos midiáticos e os dispositivos sociais são os elementos mais visíveis dos processos de circulação, assim como “produtos e programas” são a face visível dos processos de produção, e os usos concretos (escolhas, *zapping*, “leitura”, “audiência”, acolhimento, resistência, fruição, “edição”...) são a face mais visível dos processos de recebimento. (idem).

Braga apresenta que, a partir de suas observações de campo, pôde constatar diversas ações e processos desenvolvidos pelos dispositivos sociais. Entre eles, enumera a crítica; retorno (*feedback*); militância social; controles da mídia como *media criticism*; sistematização das informações; circulação comercial; processos educacionais e formativos; e processos de aprendizagem em público. Segundo o autor (ibid., p.39), o ponto a destacar entre estas diversas ações é que “são modos de a sociedade interagir sobre (e, portanto com) sua mídia”. Para BRAGA (idem), isto “corresponde a dizer que a mesma sociedade que, por alguns de seus setores, grupos e linhas de ação, gera a midiaticização enquanto sistema produtivo, por outros setores e atividades complementa essa midiaticização por meio de operações de trabalho e de circulação comentada daquilo que o sistema produtivo oferece ao sistema de recepção”.

Ao identificar o sistema de resposta, BRAGA apresenta que é possível compreender “como a sociedade funciona midiaticamente” não só concentrando-se sobre sua produção e recepção, mas através de estudos sobre os “dispositivos e processos sociais que a sociedade desenvolve para tratar a sua própria mídia”. Entre diversas contribuições de Braga em suas reflexões sobre o sistema de resposta (interação social), destaca-se aqui a superação da “visão dualista entre a mídia e a sociedade”. Conforme diz o próprio autor (ibid., p. 40), “percebendo-se que a sociedade midiaticizada age via mídia (e não apenas sofre a mídia)”. Isto é, “os dispositivos socialmente gerados para organizar falas e reações sobre a mídia utilizam a própria mídia como veiculador”, componente considerado – segundo o autor – diferenciador dos sistemas de produção e de recepção.

Nesta exposição, vale lembrar que BRAGA (ibid., p. 42) ainda esclarece que, ao reconhecer um sistema de interação social sobre a mídia, não significa dizer que a “sociedade estaria sabendo enfrentar o que produz midiaticamente e sua disseminação, ou de que corrigiria automaticamente as eventuais distorções do setor de produção”. O autor já apresenta as diversas limitações do sistema de resposta, pois o mesmo pode ser considerado “frágil, esparso, pobre de recursos (materiais, conceituais, criativos e operacionais), de pouco alcance e de visão pou-

co abrangente”. O autor (idem) reforça ainda a importância de se concentrar esforços para reflexões sobre os dispositivos sociais como espaços de “crítica, de retorno, de estímulos de aprendizagem, de controle social da mídia e de interpretação pró-ativa, pois é por meio desses dispositivos que a sociedade pode exercer intervenções críticas”.

As considerações de Braga são esclarecedoras e reveladoras para a compreensão do que se convencionou a denominar “midiatização da sociedade” ou “sociedade midiatizada”, imbuída, às vezes de uma visão pessimista, isto é, a perda da sociedade sobre o domínio de sua própria história. Também contrapondo a perspectiva pessimista de que a técnica levou a sociedade ao descontrolo do bonde histórico está a posição de MARTÍN-BARBERO. Em seu artigo *Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensado* (2004), o autor trata a questão da mediação que a técnica exerce entre a política e a vida cotidiana dos cidadãos de forma também reveladora:

lo que estamos viviendo no es la disolución de la política, sino la reconfiguración de las mediaciones en que se constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan una sociedad. Pues aunque atravesados por las lógicas del mercado los medios de comunicación constituyen hoy espacios decisivos del reconocimiento social. Más que a sustituir, la mediación televisiva o radial ha entrado a constituir, a hacer parte de la trama de los discursos y de la acción política misma, ya que lo que esa mediación produce es la densificación de las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política.

É sobre esta especificidade da produção midiática que – segundo MARTÍN-BARBERO – falta reflexão por maior parte da crítica, que tem tido a concepção instrumental da comunicação. Para o autor, os meios não se limitam a divulgar ou traduzir as representações políticas, nem tão pouco pode substituí-las, mas sim têm constituído uma cena importante da vida pública: “En los medios se hace, y no solo se dice, la política”. Diante do mundo mediado pela tecnologia, MARTÍN-BARBERO nos aponta caminhos não nebulosos, em contrapartida à posição de visionários que apontam para o fim da história, no curso dos (dês)encantos da pós-modernidade: “Estamos ante nuevas maneras de estar juntos cuya ligazón no proviene ni de un territorio fijo ni de un consenso racional y duradero sino de las identidades culturales, raciales y religiosas, de género y de edad, de los repertorios estéticos y los gustos sexuales, de los estilos de vida y las exclusiones sociales”.

Com base em Eliseo Verón, MARTÍN-BARBERO (idem) reforça com o seguinte argumento: se a política se submete a negociar as determinações e regras de mediação da mídia, é porque esta não só a permite entrar nos espaços domésticos, mas sim “reintroduzir em seu discurso a corporeidade e a gestualidade, isto é, a materialidade significativa de que se faz a interação social” [tradução nossa]. Portanto, para MARTÍN-BARBERO, “mas que objetos de políticas, la tecnología y la comunicación constituyen hoy un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política densificar su dimensión simbólica, su capacidad de convocar y construir ciudadanos, para enfrentar la erosión que sufre el orden colectivo”.

Por fim, nossa reflexão tem o intento de chamar atenção para o que muitos ainda hesitam dizer: “Existe vida fora da mídia”. E ainda sobre os enigmas da modernidade, o próprio autor de *O príncipe eletrônico* apresenta a seguinte visão: “Simultaneamente, por dentro e por fora da sociedade de informática, virtual e sideral, são muitos, muitíssimos, muito mais, multidões, os que continuam situados, enraizados, territorializados, geoistóricos. (...) dedicam-se a pensar, sentir, compreender, explicar, fabular; empenham-se em juntar e descortinar o passado e o presente, a biografia e a história, a parte e o todo, a aparência e a essência, o singular e o universal, a existência e a consciência, o esclarecimento e a utopia” (IANNI, 2001, p.161). A jogada midiática do *Jornal Nacional* (Rede Globo) e seus desdobramentos posteriores à revelação da “farsa”, conforme iniciada por Carta Capital e apresentada de forma breve neste artigo, é apenas um dos exemplos a reforçar a necessidade da atenção que se deve voltar para se compreender as questões imbricadas na complexa relação mídia, política e sociedade.

Referências Bibliográficas:

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006a.

_____. **Sobre a “mediatização” como processo interacional de referência**. 15º Encontro anual da COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. UNESP-Bauru, 6 a 9 de junho de 2006b.

FIDALGO, Antônio. **O modo de informação de Mark Poster**. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-poster-modo-informacao.pdf>> Data de acesso: jul./2006

CORREIA, João Carlos. **Elementos para uma crítica da mediação moderna**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-elementos-critica-mediacao->

[moderna.pdf](#) Data de acesso: julho/2006.

FOUCAULT, Michel. O panoptismo. In.: _____. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1987. p.173-199.

IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. In.: _____. **Enigmas da modernidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p.141-166.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Os métodos: dos meios às mediações. In.: _____. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997, p.258-354.

_____. **Razón técnica y razón política**: espacios/tiempo no pensados. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. ALAIC, jul./dec. 2004. p.22-37.

POSTMAN, Neil. Introdução e O juízo de Tamuz. In.: _____. **Tecnopolia**. Quando a cultura se rende à tecnologia. Lisboa: Difusão Cultural, 1994

SILVESTONE, Roger. Mediação. In.: _____. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola: 2002. p.34-44.

VERÓN, Eliseo. **Esquema para el análisis de la mediatización**. Diálogos de la Comunicación. Buenos aires: Veron & Asociados, s/d. p.17.