

cadernos

ISSN 1807-7862

IHU

em formação

ano 5 nº 35 2009



MIDIATIZAÇÃO UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO EM REDE



Cadernos IHU em formação

Mediatização

Uma análise do processo de comunicação em rede

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Reitor

Marcelo Fernandes Aquino, SJ

Vice-reitor

José Ivo Follmann, SJ

Instituto Humanitas Unisinos – IHU

Diretor

Inácio Neutzling, SJ

Gerente administrativo

Jacinto Schneider

Cadernos IHU em formação

Ano 5 – Nº 35 – 2009

ISSN 1807-7862

Editor

Prof. Dr. Inácio Neutzling – Unisinos

Conselho editorial

Profa. Dra. Cleusa Maria Andreatta – Unisinos

Prof. MS Gilberto Antônio Faggion – Unisinos

Profa. Dra. Marilene Maia – Unisinos

Esp. Susana Rocca – Unisinos

Profa. Dra. Vera Regina Schmitz – Unisinos

Conselho científico

Prof. Dr. Gilberto Dupas (*) – USP – Notório Saber em Economia e Sociologia

Prof. Dr. Gilberto Vasconcellos – UFJF – Doutor em Sociologia

Profa. Dra. Maria Victoria Benevides – USP – Doutora em Ciências Sociais

Prof. Dr. Mário Maestri – UPF – Doutor em História

Prof. Dr. Marcial Murciano – UAB – Doutor em Comunicação

Prof. Dr. Márcio Pochmann – Unicamp – Doutor em Economia

Prof. Dr. Pedrinho Guareschi – PUCRS – Doutor em Psicologia Social e Comunicação

Responsável técnico

Jacinto Schneider

Revisão

Mardilê Friedrich Fabre

Secretaria

Camila Padilha da Silva

Projeto gráfico e editoração eletrônica

Rafael Tarcísio Forneck

Impressão

Impressos Portão

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Instituto Humanitas Unisinos

Av. Unisinos, 950, 93022-000 São Leopoldo RS Brasil

Tel.: 51.35908223 – Fax: 51.35908467

www.ihu.unisinos.br

Sumário

Introdução	4
A tecnologia digital está colocando a humanidade num patamar distinto <i>Entrevista com Pedro Gilberto Gomes</i>	6
A interação humana atravessada pela midiaticização <i>Entrevista com Muniz Sodré de Araújo Cabral</i>	16
Midiaticização: a complexidade de um novo processo social <i>Entrevista com Jose Luiz Warren Jardim Gomes Braga</i>	19
Dispositivos midiáticos e processos sociais: um debate sobre a midiaticização <i>Entrevista com Jairo Ferreira</i>	24
“A midiaticização produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim” <i>Entrevista com Antonio Fausto Neto</i>	28
A mídia como instrumento de interpretação do mundo <i>Entrevista com Daniel Dayan</i>	32
Outros jornalisismos, outra comunicação <i>Por Dênis de Moraes</i>	35

Introdução

O complexo processo de midiatização da sociedade é o tema do presente **Cadernos IHU em formação**, nº 35.

Nos últimos anos, cada vez mais estudiosos e pesquisadores têm-se dedicado ao estudo do processo de midiatização social, em virtude das novas tecnologias, que permitem estender uma imensa rede sobre o planeta, “unificando vidas e compartilhando conhecimentos”, como afirma Pedro Gilberto Gomes, doutor em Comunicação e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos. Este ponto de vista é reforçado por Antonio Fausto Neto, doutor em Ciências da Comunicação e também pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos, ao afirmar que a midiatização consiste no “desenvolvimento de fenômenos técnicos transformados em meios, que se instauram intensa e aceleradamente na sociedade, alterando os atuais processos sócio-técnico-discursivos de produção, circulação e recepção de mensagens. Produz mutações na própria ambiência, nos processos, produtos e interações entre os indivíduos, na organização e nas instituições sociais.

José Luiz Braga, doutor em Comunicação, explica que o termo “midiatização” significa a forte presença ou ação da mídia sobre a sociedade. Já existiam na sociedade processos sociais ou interações sociais, pela fala ou pela escrita, anteriores à mídia e sem a interferência midiática. Hoje, porém, cada vez mais os fatos são midiatizados, isto é, organizados segundo o olhar da mídia, defende Braga, professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos. Desse modo, somos, hoje, seres em comunicação global, que consiste num processo “de superação da existência individual para o estabelecimento de um corpo coletivo”, isso constitui

uma nova ambiência social, isto é, um novo modo de construir o sentido social e pessoal, esclarece o pesquisador e professor Pedro Gomes.

Muniz Sodré, jornalista, sociólogo e doutor em Letras, acrescenta que a midiatização é a articulação do funcionamento das instituições sociais com a mídia, como “fruto das transformações nos modos de urbanização e no advento das tecnologias da informação e da comunicação, vetorizadas pelo mercado capitalista”. Para Sodré, isso quer dizer que “não há democracia nem inclusão digital por igual” (...) “Quem está de fora dos novos modos de ler e escrever é tido como excluído do mundo do trabalho e da cultura”. Como sugestão e necessidade histórica, ele propõe “que a escola, cada vez mais necessária para os pobres (já que os ricos fazem a sua integração quase que “naturalmente”, graças ao ambiente familiar e social), se redefina, baseada em um horizonte cultural mais interativo, incluindo jovens e adultos no exercício da interação social, constituído pelas tecnologias da informação e, conseqüentemente, pelas novas práticas de escrita e leitura”. José Luiz Braga também sustenta e reforça este ponto de vista, ao afirmar que a midiatização torna-se um processo de referência para as interações, na medida em que usamos a “força da mídia para fazer coisas que não eram possíveis fazer antes”.

Daniel Dayan, professor de Sociologia da Mídia na Universidade de Genebra, alerta para a força da midiatização na medida em que mexe com a cultura de um povo, para o bem ou para o mal: “Para o bem, criando uma opinião pública informada; para o mal, criando uma opinião pública fabricada”. É preciso, continua Dayan, “distinguir aqui entre uma função da *informação* das mídias, e uma função de *sinalização* das mídias. A segunda é raramente discutida, mas essencial”.

Dênis de Moraes, doutor em Comunicação e professor na Universidade Federal Fluminense (UFF), vai mais longe e alerta para as consequências da concentração da mídia nas mãos de megagrupos que produzem informações, obedecendo “a uma escala de valores e de visões geralmente estrita às avaliações e conveniências das mesmas fontes controladoras. A “diversidade” apregoada pelos arautos do neoliberalismo está, quase sempre, sob forte controle das fontes de emissão, responsáveis pela mercantilização generalizada da

produção simbólica”. Ele se opõe ao jornalismo sob “controle ideológico das classes dominantes, faccioso, e que neutraliza ou silencia as manifestações do contraditório”.

Estes são olhares diferentes dos colaboradores que compõem essa publicação dos **Cadernos IHU em formação**, nº 35, sob o título *Mediatização. Uma análise do processo de comunicação em rede*.

Tenham todos e todas uma ótima leitura.

A tecnologia digital está colocando a humanidade num patamar distinto

Entrevista com Pedro Gilberto Gomes

Pedro Gilberto Gomes é padre jesuíta, graduado em Filosofia, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), e especialista em Teologia, pela Universidade Católica de Santiago, no Chile. Mestre e doutor em Comunicação, pela Universidade de São Paulo (USP), atualmente, é professor e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos. É autor de diversas obras, das quais destacamos **Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade** (São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006), **Comunicação e governabilidade na América Latina** (São Leopoldo: Editora Unisinos, 2008) e **Midiatização e processos sociais na América Latina** (São Paulo: Paulus, 2008).

Outra entrevista concedida por Pedro Gilberto Gomes à **IHU On-Line** pode ser acessada pela página eletrônica (www.ihu.unisinos.br) **A crise ética da comunicação nasce do impasse ético contemporâneo**, publicada na edição 109, de 02 de agosto de 2004.

Publicamos, a seguir, três entrevistas do professor e pesquisador Pedro Gilberto Gomes. Na primeira, concedida a Graziela Wolfart, jornalista da equipe de Comunicação da **IHU On-Line**, publicada na edição 289, de 13 de abril de 2009, sob o título **A tecnologia digital está colocando a humanidade num patamar distinto**, Gilberto Gomes defende a tese de que “a tecnologia digital está colocando a humanidade num patamar distinto, que, embora tenha raízes no progresso anterior, representa a constituição de uma nova ambiência social”. Ao refletir sobre a presença do

tema “midiatização” na pesquisa universitária, Pedro Gomes alerta para o fato de que “a visão da academia ainda é setorial, perdendo a dimensão da complexidade, do pensamento sistêmico”. Ele explica por que isso acontece: “Para se dimensionar corretamente a realidade de uma sociedade em midiatização, impõe-se a consideração sistêmica da sociedade. Isso muda substancialmente a produção e reprodução do conhecimento”.

Na segunda entrevista, com o título **O impacto da midiatização na sociedade latino-americana**, publicada nas Notícias do Dia, do site do **Instituto Humanitas Unisinos – IHU** (www.ihu.unisinos.br), em 31 de agosto de 2008, Gilberto Gomes fala sobre a mobilização do **Mutirão da Comunicação da América Latina e Caribe**, em julho de 2009. Como membro da Equipe Acadêmica do encontro, Gomes reflete sobre como pensar a comunicação com base em uma cultura da solidariedade e dos processos em que ela está se desenvolvendo na América Latina. Fala também sobre a formação em jornalismo e a obrigatoriedade do diploma e, por fim, enfatiza que precisamos refletir sobre o atual momento da comunicação, ideal, segundo Gomes, para a realização do Mutirão: “A Igreja está utilizando esses novos dispositivos tecnológicos. Eu não preciso perguntar o que a Igreja vai fazer com esses dispositivos, e sim me indagar sobre que religião está surgindo dessa realidade. Eu não tenho de dizer: ‘A sociedade latino-americana vai trabalhar e assumir toda a questão da midiatização’, mas fazer a seguinte pergunta: ‘Que sociedade latino-americana está surgindo a partir da midiatização?’”.

Na terceira entrevista, intitulada **Processo de midiatização: da sociedade à Igreja**, publicada nas *Notícias do Dia*, do site do **Instituto Humanitas Unisinos – IHU** (www.ihu.unisinos.br), em de 19 de outubro de 2007, Gilberto Gomes fala sobre seu artigo **“O processo de midiatização da sociedade”**. No texto, ele analisa este processo, fundamentado na relação entre mídia e religião, que é seu objeto de pesquisa, fazendo referência às teorias de McLuhan e Teilhard de Chardin. “Aceitar a midiatização como um novo modo de ser no mundo põe-nos numa nova ambiência, mesmo que tenha fundamento no processo até agora desenvolvido, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal”, afirma o professor e pesquisador Pedro Gomes.

IHU On-Line – Em outra entrevista que nos concedeu, o senhor considera que está surgindo um novo modo de ser no mundo representado pela midiatização da sociedade. O que caracteriza esse “novo modo de ser”?

Pedro Gilberto Gomes – Este novo modo de ser no mundo está relacionado com o fato de que, hoje, as novas gerações já são nativas digitais. Muito mais do que antes, somos seres em comunicação global. Este é um modo de ser em rede comunicacional. Há um processo, pode-se dizer, de superação da existência individual para o estabelecimento de um corpo coletivo. Estamos em vias de construir, no dizer de Joel Rosnay,¹ um supercérebro planetário. Ou, na linguagem de Teilhard de Chardin,² estamos nos aproximando rapidamente a um estágio de evolução pela constituição da noosfera.

IHU On-Line – Por que o senhor considera a midiatização como um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal?

Pedro Gilberto Gomes – Ela é um salto qualitativo porque representa um estágio superior do qual não há volta. Assim como a invenção do alfabeto foi um salto qualitativo com respeito à oralidade e a eletricidade, com respeito ao vapor, a tecnologia digital está colocando a humanidade num patamar distinto, que, embora tenha raízes no progresso anterior, representa a constituição de uma nova ambiência social.

IHU On-Line – Em que medida a ambiência da midiatização interfere na universidade? Como o senhor avalia que a academia tem lidado com essa questão com relação à produção e à reprodução de conhecimento?

Pedro Gilberto Gomes – Interfere de modo substancial, pois coloca o desafio de sua reinvenção, isto é, depois de oito séculos, a universidade encontra-se na encruzilhada que a coloca diante da escolha: permanecer como está, fazendo modificações periféricas, ou se reinventar para dialogar com o mundo novo que está surgindo. Ou melhor, mundo novo que está se gestando. Embora a academia tenha formado as pessoas responsáveis pela construção dessa nova realidade, a midiatização não faz parte do objeto de seu estudo. A explicação pode residir no fato de que, para ela (e para nós), o problema se circunscreve à realidade dos dispositivos tecnológicos de comunicação. A visão da academia ainda é setorial, perdendo a dimensão da complexidade, do pensamento sistêmico. Para se dimensionar corretamente a realidade de

¹ **Joël Rosnay**: escritor científico e biólogo molecular francês, pesquisador no Massachusetts Institute of Technology, nos EUA. (Nota da **IHU On-Line**)

² **Pierre Teilhard de Chardin** (1881-1955): paleontólogo, teólogo, filósofo jesuíta, que rompeu fronteiras entre a ciência e a fé com sua teoria evolucionista. O cinquentenário de sua morte foi lembrado no Simpósio Internacional Terra Habitável: um desafio para a humanidade, promovido pelo Instituto Humanitas Unisinos, de 16 a 19-05-2005. Sobre Chardin, confira o artigo de Carlos Heitor Cony, publicado nas **Notícias do Dia** do sítio do IHU (www.ihu.unisinos.br), de 16-06-2006, “Teilhard: o fenômeno humano. O jesuíta foi precursor do que foi chamado de evolucionismo cristão”. A edição 140 da **IHU On-Line**, de 09-05-2005, dedicou-lhe o tema de capa sob o título *Teilhard de Chardin: cientista e místico*. Confira, ainda, as entrevistas “Chardin revela a cumplicidade entre o espírito e a matéria”, publicada na edição 135, de 05-05-2005, e “Teilhard de Chardin, Saint-Exupéry”, publicada na edição 142, de 23-05-2005, ambas com Waldecy Tenório. Na edição 143, de 30-05-2005, George Coyne concedeu a entrevista “Teilhard e a teoria da evolução”. (Nota da **IHU On-Line**)

uma sociedade em midiatização, impõe-se a consideração sistêmica da sociedade. Isso muda substancialmente a produção e reprodução do conhecimento. Implica questionar o conceito de produção, de reprodução e de conhecimento.

IHU On-Line – Em que sentido o processo da midiatização nos ajuda a entender a comunicação como manifestação da autoridade?

Pedro Gilberto Gomes – Creio que o problema vai mais além da manifestação da autoridade. Esse é um processo que envolve todo o tecido social. Ele cria uma rede de informação e comunicação, constituindo uma rede de inter-relações que aumenta a responsabilidade e inclui toda a sociedade. Existe uma diluição do exercício da autoridade. Talvez se devesse falar de manifestação de autoridade coletiva. É claro que o processo de midiatização pode proporcionar elementos e condições para que haja uma vigilância mais forte por parte daqueles que exercem o poder de polícia na sociedade. Nesse caso, deve-se atentar para a violação da privacidade das pessoas. Entretanto, sou de opinião que o processo de midiatização coloca-nos em outra ambiência social.

IHU On-Line – Quais as expectativas em relação ao Mutirão de Comunicação, que acontece em julho deste ano, em Porto Alegre? Quais os temas que não podem passar despercebidos?

Pedro Gilberto Gomes – O Mutirão de Comunicação³ irá tratar da comunicação para uma cultura solidária. Logo, a relação entre a comunicação e a construção da solidariedade deve estar na pauta das discussões. No meu modo de ver, o Mu-

tirão deve apontar para essa realidade que está se configurando com a midiatização. Não seria prudente ignorar esse fato e tratar o problema como se fosse uma questão de dispositivos tecnológicos ligados à dimensão econômica e política. Ele não pode ressuscitar problematizações da década de 1970. A realidade avançou e sobrepassou-nos.

IHU On-Line – A midiatização nos ajuda a pensar a comunicação em uma cultura de solidariedade?

Pedro Gilberto Gomes – Ela nos coloca condições para pensar uma cultura de solidariedade. Como afirmava McLuhan,⁴ vivemos a idade da angústia, em que ninguém mais pode alegar desconhecer os problemas que nos afligem. Nesse sentido, a consciência dos problemas coloca desafios para sua resolução. Interpela cada ser humano para que se engaje na construção de uma sociedade solidária. Sim, existem condições para uma participação maior de toda a sociedade no equacionamento dos problemas que padece.

IHU On-Line – Uma pergunta que o senhor mesmo lançou em uma entrevista que nos concedeu: que sociedade latino-americana está surgindo a partir da midiatização?

Pedro Gilberto Gomes – Essa é a interrogação que nos desafia e nos remete à pergunta sobre os temas do Mutirão. O foco deve ultrapassar a preocupação pelo uso que a sociedade faz ou fará da mídia e dirigir-se para o descobrimento do tipo de sociedade que está surgindo, está se estruturando por causa do processo de midiatização da sociedade. A resposta ainda está em construção, ou seja, ainda estamos tentando identificar o modo

³ Mutirão de Comunicação América Latina e Caribe: evento que acontecerá de 12 a 17 de julho de 2009, no centro de eventos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). O objetivo geral do Mutirão é promover espaços de diálogo sobre os processos de comunicação à luz da cultura solidária, na construção de uma sociedade comprometida com a justiça, a liberdade e a paz. Maiores informações no site www.muticom.org (Nota da **IHU On-Line**)

⁴ **Herbert Marshall McLuhan** (1911-1980): filósofo e educador canadense. Introduziu “o impacto sensorial”, “o meio é a mensagem” e “aldeia global” como metáforas para a sociedade contemporânea, ao ponto de se tornarem parte da nossa linguagem do dia a dia. Teórico dos meios de comunicação, foi precursor dos estudos midiológicos. Seu foco de interesse não são os efeitos ideológicos dos meios de comunicação sobre as pessoas, mas a interferência deles nas sensações humanas, daí o conceito de “meios de comunicação como extensões do homem” (título de uma de suas obras), ou “prótese técnica”. Em outras palavras, a forma de um meio social tem a ver com as novas maneiras de percepção instauradas pelas tecnologias da informação. Os próprios meios são a causa das estruturas sociais. Fez, em suas obras, uma crítica global de nossa cultura, apontando o fim da era do livro, com o domínio da comunicação audiovisual. Seus principais livros são *A galáxia de Gutenberg* (1962) e *O meio é a mensagem* (1967). (Nota da **IHU On-Line**)

de ser social que daí emerge. Não há uma resposta ainda, pois o processo está no início.

IHU On-Line – Como entender que a midiatização possibilita uma visão unificada da sociedade?

Pedro Gilberto Gomes – A sociedade está vivendo um processo de complexificação cada vez maior, agora com o concurso de uma tecnologia sempre mais sofisticada. Teilhard de Chardin afirmava que tudo o que sobe converge. Há uma convergência em direção de uma maior unidade. O processo de midiatização social está estendendo uma imensa rede sobre o planeta, unificando vidas e compartilhando conhecimentos.

IHU On-Line – E no que se refere ao cenário religioso, que tipo de religião o senhor acha que está emergindo da mídia?

Pedro Gilberto Gomes – Corremos o risco de desenvolver uma religião individualista, com um consumo *à la carte*. As pessoas criam laços de participação por meio do consumo. É uma religião da imagem, dos gestos, com grandes possibilidades de bloquear a introspecção, a dimensão do silêncio e da participação comunitária. Aqui está o paradoxo: unificação social com o exacerbamento do individualismo religioso.

IHU On-Line – Quais as implicações da midiatização das experiências religiosas no contexto da sociedade plural e diversa em que vivemos?

Pedro Gilberto Gomes – Como afirmei acima, há um paradoxo: individualismo e unidade. Numa sociedade plural, a midiatização favorece o relativismo da experiência religiosa. Cada um constrói a sua vida religiosa com o mosaico de todas as religiões às quais tem acesso. Entretanto, esse fato, longe de nos apavorar, deve desafiar-nos a buscar respostas que preencham o vazio que muitas pessoas possuem em suas vidas.

O impacto da midiatização na sociedade latino-americana

IHU On-Line – O senhor pode nos contar um pouco sobre as mobilizações que estão sendo feitas para o Mutirão da Comunicação, que acontecerá no próximo ano?

Pedro Gilberto Gomes – Pela primeira vez, teremos um mutirão preparado com muita antecedência e com um apoio institucional muito forte, porque, aqui no Rio Grande do Sul, o regional da CNBB e as 18 dioceses assumiram isso como tarefa e nomearam e liberaram o Padre Marcelino Sivinski⁵ para coordenar todo o trabalho. Já estamos nos organizando desde o ano passado para o Mutirão. Essa é uma vantagem que temos. O Mutirão de Comunicação, que aqui no Brasil será o sexto, reúne pessoas das bases, das igrejas, dos movimentos populares. Dessa vez, ele conseguiu transcender a fronteira do Brasil e juntou-se com a necessidade das Organizações Católicas de Comunicação da América Latina e Caribe (OCLAC), que queriam realizar o seu quarto congresso. Dessa junção, nasceu o Mutirão Latino-americano de Comunicação. Contamos ainda com o apoio do departamento de comunicação do Conselho Episcopal Latino-americano – CELAM. Assim sendo, existe uma enorme mobilização para realizar o evento.

O tema desta edição é Processos de Comunicação e Cultura Solidária. No Rio Grande do Sul, o regional pretende fazer algo de grande envergadura como foi o Fórum da Igreja Católica, que ocorreu em 2007. Esperamos reunir mais de quatro mil pessoas. Todo o projeto está sendo feito para atender uma grande massa que vem das igrejas e outras organizações que querem refletir sobre comunicação, principalmente sob a perspectiva de uma cultura solidária.

IHU On-Line – A comunicação vem sofrendo inúmeras mudanças com o avanço das novas tecnologias. Como podemos pensar a

⁵ **Padre Marcelino Sivinski** é coordenador geral do Mutirão da Comunicação da América Latina e Caribe. Foi assessor nacional da Comissão Episcopal Pastoral para a Liturgia e secretário executivo do Fórum da Igreja Católica do Rio Grande do Sul. (Nota da **IHU On-Line**)

comunicação a partir da cultura da solidariedade e para a construção de uma sociedade melhor?

Pedro Gilberto Gomes – Todo o desenvolvimento tecnológico só tem sentido se ele for em favor da pessoa humana. Hoje a comunicação está querendo uma nova sociedade, criando uma “nova ecologia”. Devemos transformar essa ecologia num ambiente de cultura para a solidariedade, ou seja, o futuro da humanidade passa necessariamente pela solidariedade humana. Se não formos solidários, nossos processos de comunicação ficarão capengas.

IHU On-Line – E é aí que entra a religião nesta relação?

Pedro Gilberto Gomes – Também a religião, porque, de um lado ela entra como substrato informador dos grandes princípios da humanidade e, de outro, se insere nesse contexto porque não pode deixar de trabalhar com todos esses meios de comunicação, pois eles potencializam a sua ação. O que as igrejas devem fazer é uma reflexão que transcenda o mero uso dos dispositivos tecnológicos, ou seja, ver esse fenômeno como uma nova ideologia, como uma nova cultura que está surgindo.

IHU On-Line – Como podemos pensar os novos cenários políticos e sociais dentro desse cenário de constante transformação dos processos de comunicação?

Pedro Gilberto Gomes – Não sei se novos cenários políticos. Eu penso que devemos salvar a cultura democrática. Precisamos, assim, estabelecer políticas de comunicação que sejam a favor de um bem comum em função da sociedade e da solidariedade. Não podemos deixar o desenvolvimento de todas essas tecnologias de comunicação ao sabor das forças do mercado apenas. O merca-

do é importante, mas o Estado precisa assumir seu papel de regulador de políticas, para que todas as pessoas também possam usufruir dessas novas dimensões tecnológicas e sejam privilegiadas por elas. O Estado é o Estado de todos e não de uma classe ou de um grupo privilegiado, portanto ele deve ter a visão do todo.

IHU On-Line – Como o senhor avalia o debate acerca da mídia com base nas construções teóricas que levaram alguns autores a compreender nossa sociedade como a sociedade da informação?

Pedro Gilberto Gomes – Eu penso que esse debate é crucial. Estamos numa sociedade da informação não porque temos mais possibilidades de informação – ou seja, se existem pessoas excluídas, elas não participarão da sociedade de informação. O que vejo é que esta sociedade, que está dentro de um sistema complexo, dentro de um sistema de rede, como diz Castells⁶, está por isso dentro de um grande processo chamado midiática da sociedade. Não é a sociedade da mídia, mas é a midiática da sociedade, ou seja, é a criação de uma nova realidade, da transformação de um processo, criando algo novo, mudando de patamar. Isso é completamente novo, só comparado à invenção da escrita, no meu entender.

Não voltaremos mais à fase midiática da sociedade, ou seja, a fase anterior à tecnologia digital. Assim como existiu todo o desenvolvimento da escrita, agora nós vamos desenvolver as tecnologias que temos. O que devemos pensar como sociedade e como Igreja? Devemos pensar em como vamos trabalhar, interpretar e formar as pessoas para que possam conviver nessa nova ambiência que está se criando aqui. Todos os jovens, que são chamados de nativos digitais, não colocam este problema que estamos discutindo. Uma criança quando nasce já encontra uma socie-

⁶ **Manuel Castells** é um sociólogo espanhol. Durante a década de 1970, Castells teve um importante papel no desenvolvimento da sociologia urbana marxista. Enfatizou o papel dos movimentos sociais na transformação conflitiva da paisagem urbana. Introduziu o conceito de “consumo coletivo” para compor um amplo alcance dos esforços sociais, deslocado do campo econômico para o campo político pela intervenção do Estado. Ao abandonar as estruturas marxistas no início da década de 1980, começou a concentrar-se no papel das novas tecnologias de informação e comunicação na reestruturação econômica. Nos meados da década de 1990, juntou os lados de sua pesquisa em um sólido estudo, chamado *A era da Informação*, publicado como uma trilogia entre 1996 e 1998, em que mapeia um cenário mediado pelas novas tecnologias de informação e comunicação como estas interferem nas estruturas sociais. (Nota da **IHU On-Line**)

dade e para ela tudo é novo. Ela tem de aprender a nadar, ler, escrever, comer com garfo e faca, controlar suas próprias necessidades, ou seja, tudo é novo para ela, inclusive o MP4, o computador, o celular etc. Minha geração tem outro tipo de cultura, pois foi formada na linearidade do pensamento e, por isso, temos dificuldade de nos adaptar às mudanças que estão acontecendo hoje. Essa é a grande transformação da sociedade.

IHU On-Line – Saímos, portanto, de uma sociedade midiática e passamos a conviver com uma sociedade midiaticizada...

Pedro Gilberto Gomes – Sim, e as crianças já nascem nessa sociedade midiaticizada. Essa é a diferença.

IHU On-Line – E as pessoas que são excluídas dessa sociedade midiaticizada, que têm problemas econômicos e de acesso às tecnologias?

Pedro Gilberto Gomes – Eles também fazem parte da sociedade midiática. Não significa que não estejam excluídos. Nas sociedades anteriores, nem todo mundo foi incluído. Hoje, por exemplo, as pessoas excluídas estão fora de tudo, de uma vida digna, de moradia, da saúde, da universidade etc., também das tecnologias digitais, embora nas favelas, muitos tenham telefone celular. Nesse processo de desenvolvimento da sociedade, alguns avançam, e outros ficam pelo caminho. Não estou dizendo que isso é bom. Nós temos de fazer com que todo mundo esteja dentro do processo, mas, para isso, existe uma série de outras coisas para resolver também. É aí que entra o papel do Estado como regulador.

IHU On-Line – Qual é o papel das universidades nesse processo de “repensar a comunicação”?

Pedro Gilberto Gomes – Eu acho que ela é fundamental com relação à pesquisa e à reflexão. No nosso Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, temos como áreas de concentração Processos Midiáticos e, dentro das quatro linhas de pesquisa, uma delas diz respeito exatamente à midiaticização e aos processos sociais. Então, o trabalho que fazemos nessa linha é tentar

pensar a globalidade dos grandes processos midiáticos da comunicação.

IHU On-Line – O senhor acredita que a população latino-americana esteja preparada para receber as novas tecnologias digitais, quando ainda vive situações políticas e sociais tão adversas?

Pedro Gilberto Gomes – O problema não é estar preparado, porque nunca estamos preparados para algo novo. Isso porque as tecnologias digitais avançarão com as pessoas ou sem as pessoas. Eu posso fazer o seguinte questionamento: “Se elas não estão preparadas, quem é que vai usufruir da tecnologia digital?”. Esse discurso da preparação me parece o mesmo discurso que o ex-ministro Delfim Netto fazia na ditadura militar. Eu tenho de distribuir o bolo, mas primeiro temos que fazê-lo crescer. No entanto, o bolo do Brasil cresceu, e nada foi distribuído. Não há bolo suficiente, e algumas pessoas ficaram sem comer. Isso porque quem comia mais continuou comendo mais e quem não comia continuou não comendo.

O grande problema não é a chegada das tecnologias digitais e as pessoas terem ou não acesso a elas, mas sim refletirmos para compreender e interpretar corretamente a gramática dessa nova realidade. Isso é importante. Todo mundo está usando os novos dispositivos tecnológicos de alguma forma, inclusive a Igreja. Eu não preciso perguntar o que a Igreja vai fazer com esses dispositivos, e sim me indagar sobre que religião está surgindo dessa realidade. Eu não tenho de dizer: “A sociedade latino-americana vai trabalhar e assumir toda a questão da midiaticização”, mas fazer a seguinte pergunta: “Que sociedade latino-americana está surgindo a partir da midiaticização?”. É diferente, entende?

IHU On-Line – É complexo...

Pedro Gilberto Gomes – Claro que é complexo. Esse é o grande problema que precisa ser debatido para ser compreendido e interpretado da melhor forma.

IHU On-Line – Uma das discussões vigentes dentro da comunicação é acerca do diploma de jornalismo. Estamos passando por

inúmeras mudanças no campo jornalístico, em que o papel do jornalista está sendo repensado dentro dos processos tradicionais. Inclusive, Ignácio Ramonet escreveu recentemente que os jornalistas estão em vias de extinção porque o sistema já não quer mais jornalistas. Qual é a sua opinião acerca do diploma de jornalismo e do papel dos jornalistas hoje na sociedade da informação?

Pedro Gilberto Gomes – Eu considero que a comunicação, com o processo de midiatização, faz parte de um processo bem mais amplo. Entretanto, também considero que a comunicação é realmente uma ciência e possui uma racionalidade própria. Assim, o jornalismo comporta uma carreira universitária e uma formação. Mas é preciso entender que a formação jornalística não significa simplesmente aprender as técnicas. Quando eu dava aula no Jornalismo, eu dizia para os alunos: “Se for para vocês saírem daqui apenas sabendo aplicar e não refletir sobre o que aprendem, não seria preciso cursar a faculdade. Um cursinho ou um tutorial permitiria isso”. É muito caro fazer a faculdade para aprender apenas a técnica. É preciso usar a faculdade para construir a sua personalidade, o seu conhecimento para que o jornalista tenha mais qualidade. O jornalismo é hoje uma forma de intervenção social, portanto também é uma forma de conhecimento. E para isso é preciso ir além de algo manuseável. Precisamos começar a construir o nosso perfil no mundo.

Como jornalista, eu não sou um sociólogo nem um filósofo... Eu sou um jornalista que interpreta e trabalha com o singular. Isso é fundamental. Por esse motivo eu preciso ter formação. Outro dia eu disse ao representante do sindicato dos jornalistas do Rio Grande do Sul⁷, que esteve aqui na Universidade, que sempre apoiei o diploma. Porém, estou convencido de que o diploma de jornalista não pode ser o guarda-chuva para abrigar a mediocridade, ou seja, ele não pode ser simplesmente uma reserva de mercado em que o medíocre possa dizer e fazer besteira. Existem muitos jornalistas sérios, há os que não têm o diploma e exercem a profissão e também muitos novatos

que saíram recentemente da faculdade, mas são realmente incompetentes. E aí a culpa é nossa. Eu defendo o diploma, mas com qualidade, com seriedade acadêmica, com pesquisa. Vamos deixar de brincar de jornalista e vamos começar a pensar um estudo sério. Isso vale para o aluno e para o professor. Tirar o diploma nesse momento seria excluir uma articulação da categoria. Só que a categoria precisa começar a pensar em solidariedade e ser um pouco menos corporativa, porque, do contrário, estaremos muito mal.

IHU On-Line – O senhor enfatiza que devemos repensar a comunicação. Então, o Mutirão vem no momento ideal para essa reflexão...

Pedro Gilberto Gomes – Vem no momento certo mesmo. E mais: o Mutirão vem nesse momento importante e trazendo contribuições necessárias para essa reflexão. Antes do evento, entre os dias 09 e 11 de julho, haverá na Unisinos, por exemplo, um pré-evento com o tema Educomunicação, ou seja, a relação comunicação e educação, e cultura solidária. Assuntos extremamente relevantes neste momento. O Mutirão representa ainda o salto que as igrejas precisam dar para além dos dispositivos midiáticos. Elas devem começar a pensar os processos de comunicação e a cultura solidária e, portanto, precisam ter em mente quais e o que são eles. A cultura solidária não é simplesmente ficar numa posição de defesa, mas fazer com que as pessoas sejam incluídas e que haja solidariedade no acesso aos próprios dispositivos e à própria realidade. Devemos começar a pensar nisso.

Processo de midiatização: da sociedade à Igreja

IHU On-Line – O senhor fala, no artigo O processo de midiatização da sociedade, que está surgindo um “bios virtual”, representado pela midiatização da sociedade. De que forma a Igreja não acompanhou tal fenômeno?

⁷ O atual presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio Grande do Sul é o senhor José Maria Rodrigues Nunes. (Nota da **IHU On-Line**)

Pedro Gilberto Gomes – As Igrejas em geral, e a Igreja Católica em particular, têm uma visão muito clara de sua missão: o anúncio da Boa Notícia de Jesus Cristo a todos os povos. Para cumprir essa missão, lançam mão de todos os instrumentos lícitos. Como a pregação é o fundamental, tudo o mais está a ela subordinado. No caso moderno, o importante é utilizar todos os instrumentos para fazer chegar a voz da Igreja a todos os rincões do mundo. Desse modo, à medida que os meios de comunicação foram se desenvolvendo, a Igreja foi se apropriando desses dispositivos tecnológicos como extensões de sua voz, imagem e ação.

Portanto, a Igreja acompanhou o desenvolvimento tecnológico. Hoje, rádio, televisão, internet, sites, estão presentes na vida da Igreja, desde a mais humilde paróquia até o Vaticano. No Brasil, a Igreja Católica possui quatro redes nacionais de televisão, por exemplo. Sua rede de emissoras de rádio é considerável. A telemática, o satélite, os computadores estão integrando todos os níveis da comunidade eclesial. Esse não é o problema. O que a Igreja não acompanhou foi a reflexão sobre esse fenômeno, que transcende os meros dispositivos tecnológicos e aponta para a constituição de uma nova ambiência da sociedade. A Igreja não discute as consequências para ela do uso indiscriminado da mídia como se ela fosse neutra. Existem leis e processos que distinguem, substancialmente, o espaço religioso do midiático. O problema não é o que a religião faz com a mídia, mas que tipo de religião está emergindo da mídia. A Igreja não se deu conta de que uma nova ambiência está surgindo e colocando-lhe questões cruciais neste início de milênio.

IHU On-Line – A tecnocultura pode, de certa forma, estar fragmentando a informação, uma vez que as pessoas acessam, ao mesmo tempo, inúmeras notícias, ouvem música, assistem a um vídeo e postam seus comentários em blogs e afins?

Pedro Gilberto Gomes – Não diria assim. A questão da fragmentação da informação não está

no acesso simultâneo de vários instrumentos. Na televisão, por exemplo, existem pessoas que se dão muito bem com o *zapping*, sem, com isso, perder o fio da meada. O que a tecnocultura está ocasionando é uma mudança no modelo mental das pessoas. Isso é mais patente nas crianças e adolescentes. Em certa medida, a fragmentação está relacionada com uma posição política e de poder sobre a informação. Nesse particular, a diversificação dos dispositivos tecnológicos de comunicação favorece o acesso plural à informação.

IHU On-Line – Muniz Sodré afirma que, antes da midiaticização da sociedade, só Deus tinha o poder imediato, global e instantâneo. De alguma forma, a mídia dá “poder” às pessoas e afasta-as da sua comunidade, da sua Igreja, ou seja, daquilo que antes era o seu emissor de informação?

Pedro Gilberto Gomes – Não compartilho com essa idéia, muito embora reconheça que ela está presente no imaginário de muitos membros da Igreja. Entretanto, quem assume tal posição demonstra estar ainda na antiga ambiência e não semantiza corretamente a realidade contemporânea. A sua gramática não acompanhou a virada do milênio.

IHU On-Line – Com o avanço tecnológico em expansão rápida e quase inalcançável, como o senhor definiria, hoje, o processo de midiaticização da sociedade?

Pedro Gilberto Gomes – Os dispositivos tecnológicos, tão importantes, são apenas uma pequena parte, a ponta visível do iceberg, de um novo mundo estruturado pelo processo de midiaticização da sociedade. Estamos vivendo hoje uma mudança de época, um câmbio epocal, uma nova inflexão, com a criação de um bios midiático que toca profundamente o tecido social. Surge uma nova ecologia comunicacional⁸. É um bios virtual. Entendo que muito mais que uma tecnointeração, está surgindo um novo modo de ser no mundo representado pela midiaticização da sociedade.

⁸ As ideias que seguem e embasam a reflexão foram desenvolvidas em: GOMES, Pedro Gilberto. *A filosofia e a ética da comunicação no processo de midiaticização da sociedade*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006. Ver, principalmente, o capítulo 6. (Nota do Autor)

Fazendo referência ao pensamento de Marshall McLuhan, que divide a história da humanidade como um processo que parte da tribalização até a retribalização, passando pela destribalização⁹ (3), podemos dizer que a midiatização nos coloca numa outra galáxia que supera a chamada Aldeia Global. É um processo mais avançado do que uma simples retribalização. A galáxia midiática (ou midiatizada) cria o fenômeno de uma glo(tri)balização.

Se avançarmos e ousarmos um pouco mais na reflexão, podemos afirmar que a midiatização está, talvez, configurando a possibilidade da busca de uma visão unificada da sociedade. A estruturação de uma visão totalizante não mais se dá mediante a reflexão e o pensamento, mas por meio da prática glo(tri)balizante.

IHU On-Line – Como Teilhard de Chardin e Marshall McLuhan se relacionam para que possamos entender este processo de midiatização da sociedade contemporânea?

Pedro Gilberto Gomes – De fato, sobre o processo de unificação, resultado da midiatização da sociedade, nós nos valemos de alguns pensamentos buscados em Teilhard de Chardin¹⁰. Esse pensador francês postula um processo de unificação da humanidade. Para ele, a história é um contínuo processo de unificação rumo à planetização da sociedade. É possível encontrar pontos do pensamento de Teilhard de Chardin que o colocam na base das idéias de Marshall McLuhan, outro pensador seminal para se compreender o que se passa no mundo hoje. Tom Wolfe¹¹, falando de McLuhan, diz: “Aqui vemos a sombra de uma intrigante figura que influenciou McLuhan tanto quanto Harold Innis, mas a quem ele nunca se referiu de maneira explícita: Pierre Teilhard de Chardin”. Explicitando algo do pensamento do jesuíta francês, afirma que, para ele, Teilhard, “Deus estava

dirigindo, nesse exato momento, o século XX, a evolução do homem para a noosfera (...) uma unificação de todos os sistemas nervosos humanos, todas as almas humanas, por meio da tecnologia”. Constata, outrossim, que o jesuíta francês “Menciona o rádio, a televisão e os computadores em especial com pormenores consideráveis, e alude à cibernética. (...)”. Esta tecnologia estava criando um “sistema nervoso para a humanidade”, escreveu ele, “uma membrana única, organizada, inteiriça sobre a terra”, “uma estupenda máquina pensante”. (...)”. “A era da civilização terminou”, e a da “civilização unificada está começando”.

Wolfe identifica a noosfera, a membrana inteiriça com a rede inconsútil de McLuhan. Para ele, a civilização unificada não é outra coisa que a aldeia global de pensador canadense. Ainda citando Teilhard, Wolfe constata: “Podemos pensar, escreveu Teilhard, que essas tecnologias são ‘artificiais’ e completamente ‘exteriores aos nossos corpos’, mas na realidade elas são parte da evolução ‘natural, profunda’, do nosso sistema nervoso”. “Podemos pensar que estamos apenas nos divertindo”, ao usá-las, “ou apenas desenvolvendo o nosso comércio, ou apenas propagando ideias. Na realidade, o que estamos fazendo é nada menos do que continuar num plano superior, por outros meios, a obra ininterrupta da evolução biológica”. E Wolfe completa que, para dizer de outro modo, “O meio é a mensagem”. Não interessa aqui discutir por que McLuhan nunca reconheceu explicitamente a dívida conceitual com Teilhard de Chardin¹². O que importa, nesse momento, é reconhecer os pontos que unem esses dois pensadores importantes para o século XX.

IHU On-Line – O que o senhor chama de ecologia comunicacional e qual é a sua relação com a midiatização da sociedade atual?

⁹ Para uma consulta mais ampla ao pensamento de McLuhan, sugerimos a consulta ao nosso trabalho anterior: GOMES, Pedro Gilberto. *Tópicos de Teoria da Comunicação*. 2. ed. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004, p. 114-21. (Nota do Entrevistado)

¹⁰ **Pierre Teilhard de Chardin**, jesuíta francês, morreu em 1955, nos Estados Unidos, está na base do pensamento de Herbert Marshall McLuhan. Sua obra seminal é *O fenômeno humano*, publicada em Madrid, pela editora Taurus. (Nota do Autor)

¹¹ WOLFE, Tom. *Introdução*. In: MCLUHAN, Marshall. *McLuhnan por McLuhan*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. (Nota do Autor)

¹² Extraoficialmente se especula que, tendo em vista que o jesuíta francês estava proibido de ensinar pelas autoridades eclesásticas e como McLuhan era católico e professor de uma Universidade Católica, este não quisesse ou não pudesse expor-se publicamente comprometido com ideias proibidas. (Nota do Autor)

Pedro Gilberto Gomes – A midiatização é a reconfiguração de uma ecologia comunicacional (ou um bios midiático). Torna-se (ousamos dizer, com tudo o que isso implica) um princípio, um modelo e uma atividade de operação de inteligibilidade social. De outra maneira, a midiatização é a chave hermenêutica para a compreensão e interpretação da realidade. Nesse sentido, a sociedade percebe e se percebe a partir do fenômeno da mídia, agora ampliado para além dos dispositivos tecnológicos tradicionais. Por isso, é possível falar da mídia como *locus*¹³ da compreensão da sociedade.

Aceitar a midiatização como um novo modo de ser no mundo põe-nos numa nova ambiência que, mesmo que tenha fundamento no processo até agora desenvolvido, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal.

Mesmo que as mediações material e simbólica estejam unidas no processo de midiatização, essa não é um degrau a mais no processo evolutivo, mas um novo qualitativo, síntese na dialética sujeito/objeto. Na sociedade do grande irmão, a tecnologia midiática é uma ambiência que trabalha na construção de sentido, induzindo uma forma de organização social.

Aventamos a hipótese de que a midiatização está para a história da humanidade assim como esteve (e está) a invenção da escrita. Do mesmo modo como não se pode regredir ao período pré-letrado (a não ser se houver um cataclisma universal), também não se retrocederá a uma era pré-midiatização. Ambas significam um salto no hiperespaço da evolução humana.

¹³ Giovanni Boccia Artieri trata longamente desse tema, colocando a comunicação como *locus* de análise da sociedade (In: ARTIERI, Giovanni Boccia. *I media-mondo*. Roma: Meltemi, 2004). (Nota do Autor).

A interação humana atravessada pela midiatização

Entrevista com Muniz Sodré de Araújo Cabral

Muniz Sodré de Araújo Cabral é jornalista, sociólogo e tradutor brasileiro, professor na Universidade Federal do Rio de Janeiro, na Escola de Comunicação. Possui graduação em Direito, pela Universidade Federal da Bahia, mestrado em Sociologia da Informação e Comunicação, pela Université de Paris IV (Paris-Sorbonne), e doutorado em Letras (Ciência da Literatura), pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, onde obteve também o título de Livre-Docente em Comunicação. Atualmente é também presidente da Fundação Biblioteca Nacional, órgão vinculado ao Ministério da Cultura. Possui cerca de 30 livros publicados nas áreas de Comunicação e Cultura, dentre os quais citamos **Sociedade, mídia e violência** (Porto Alegre: Sulina, 2004) e **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política** (Petrópolis: Vozes, 2006).

Conhecido pela máxima de que “antes da midiatização da sociedade só Deus tinha o poder imediato, global e instantâneo”, o jornalista Muniz Sodré define o fenômeno da seguinte maneira: “Midiatização (...) é a articulação do funcionamento das instituições sociais com a mídia”. Para ele, trata-se de algo realmente novo, “fruto das transformações nos modos de urbanização e no advento das tecnologias da informação e da comunicação, vetorizadas pelo mercado capitalista”. Na entrevista que concedeu a Graziela Wolfart, jornalista da equipe de comunicação da **IHU On-Line**, publicada na edição 289, de 13 de abril de 2009, Sodré defende que a expressão “sociedade da informação” é “menos do que um conceito e mais um slogan dos arautos (empresas, deslumbrados etc.) da euforia tecnológica”. Ele considera que a principal consequência social da “telerrealização

das relações humanas” é a “redefinição dos modos de constituição da comunidade humana”. E acrescenta que “a corporeidade tende a ser neutralizada pelos dispositivos tecnológicos”, o que, na sua opinião, não é nenhuma catástrofe, “tão só um novo modo de instalação do corpo humano na rede social, agora tecnologizada”.

IHU On-Line – O senhor afirma que “antes da midiatização da sociedade só Deus tinha o poder imediato, global e instantâneo”. Acredita que a mídia tenha tanta força assim, com capacidade para mudar profundamente a vida das pessoas e o rumo da sociedade?

Muniz Sodré – Afirmar o efeito SIG (simultaneidade, instantaneidade e globalidade) da mídia não implica, em princípio, afirmar a sua capacidade de mudança profunda da vida das pessoas ou do rumo da sociedade. Implica, sim, sustentar que a aceleração temporal, por intervenção tecnológica nas coordenadas do espaço-tempo, altera modos de percepção e práticas correntes na mídia tradicional, logo, altera comportamentos e atitudes na esfera dos costumes, normalmente pautados pela mídia. Isso significa que está se gerando uma nova ecologia simbólica, com consequências para a vida social.

IHU On-Line – O que caracteriza o *ethos* midiatizado?

Muniz Sodré – O *ethos* é a atmosfera afetiva (emoções, sentimentos, atitudes) em que se movimenta uma determinada formação social. O *ethos* midiatizado caracteriza-se pela manifesta articulação dos meios de comunicação e informação com

a vida social. Ou seja, os mecanismos de inculcação de conteúdos culturais e de formação das crenças são atravessados pelas tecnologias de interação ou contato. Passamos a acreditar naquilo que se mostra no espelho industrial.

IHU On-Line – Em que medida podemos entender a midiaticização como fruto da sociedade da informação?

Muniz Sodré – “Sociedade da informação” é menos do que um conceito, é mais um slogan dos arautos (empresas, deslumbrados etc.) da euforia tecnológica. Toda e qualquer sociedade sempre teve os seus meios de informação e de estocagem de conhecimentos. O que acontece agora é a capacidade exponencial de processamento e velocidade de circulação de dados. Midiaticização, por sua vez, é a articulação do funcionamento das instituições sociais com a mídia. Isso, sim, é novo. É fruto das transformações nos modos de urbanização e no advento das tecnologias da informação e da comunicação, vetorizadas pelo mercado capitalista.

IHU On-Line – O que podemos entender por “tecnointeração” e como ela ajuda a compor o fenômeno da midiaticização?

Muniz Sodré – Em função das transformações urbanísticas (novos conceitos de cidade, novas formas de habitação etc.), os indivíduos tendem a se relacionar à distância, compondo o que já se chamou de “telerrealidade” social. A interação passa a depender dos dispositivos de mídia (internet, rádio, televisão etc.), portanto, é visceralmente atravessada pelo fenômeno da midiaticização.

IHU On-Line – Quais as consequências sociais da “telerrealização das relações humanas”?

Muniz Sodré – A principal é a redefinição dos modos de constituição da comunidade humana. A corporeidade – logo, as tensões e os conflitos decorrentes da proximidade no corpo coletivo – tende a ser neutralizada pelos dispositivos tecnológicos. Não há aí nenhuma catástrofe, tão só um novo modo de instalação do corpo humano na rede social, agora tecnologizada.

IHU On-Line – Como a midiaticização e a tecnocultura impactam no modelo de leitura

usado nos últimos séculos? O senhor pensa que a leitura em papel está em extinção?

Muniz Sodré – A questão do livro e da leitura ultrapassa hoje tanto a lógica financeirizada da produção – responsável pela publicação em massa da perversão dos conteúdos livrescos – quanto às concepções de leitura ancoradas na centralidade simbólica do livro, que, no entanto, está dando lugar a formas múltiplas ou plurais de leitura. A leitura do futuro, que já é hoje, se define, para nós, como um processo de interação entre linguagens e culturas diversas, existentes não apenas nos livros, mas na casa e na rua, no trabalho e na política, possibilitando o exercício da palavra, dando voz às minorias, sem o que não há cidadania.

IHU On-Line – O senhor acredita que os avanços e as mudanças tecnológicas já chegaram a todas as partes do mundo, inclusive aos países em desenvolvimento, onde muitos ainda vivem em situação de extrema pobreza e miséria? Há democracia e inclusão por igual nesse sentido?

Muniz Sodré – Não há democracia, nem inclusão digital por igual. No entanto, uma sociedade do conhecimento com viés instrutivo implica uma ligação visceral da cidadania com as novas formas públicas de cultura que, agora, deixam de centralizar-se no livro para irradiar-se por sons e palavras, graças às tecnologias da comunicação, a todo o espaço social. Quem está de fora dos novos modos de ler e escrever é tido como excluído do mundo do trabalho e da cultura. Daí a exigência histórica de que a escola, mais necessária para os pobres (já que os ricos fazem a sua integração quase que “naturalmente”, graças ao ambiente familiar e social), se redefina com base em um horizonte cultural mais interativo, incluindo jovens e adultos no exercício de interação social, constituído pelas tecnologias da informação e, conseqüentemente, pelas novas práticas de escrita e leitura.

IHU On-Line – Com o imediatismo da informação, o espaço de tempo para a reflexão sobre os fatos acabou. Quais as consequências disso para a formação da sociedade do futuro?

Muniz Sodré – A reflexão sobre os fatos demanda uma temporalidade menos acelerada, ou seja, o “tempo adiado”, a que se refere Paul Virilio¹⁴ em vários de seus trabalhos. É o tempo necessário à distância entre sujeito e objeto, que permite a reflexão. E a reflexão é cada vez mais necessária à reinterpretação continuada da democracia. Vale, assim, reforçar a ideia de John Dewey,¹⁵ para quem um estado democrático em crise não sugere, como pensa a grande maioria, doses maiores de democracia formal, e sim uma reflexão centrada na ideia de democracia. O que há de especial nesta ênfase é que a democracia deixa de ser vinculada unicamente à política, já que esta última passaria a ser apenas uma das formas democráticas. Para Dewey, a democracia se encontra muito mais no fato e na experiência sociais do que na di-

menção política: na medida em que transcende o Estado, configura-se como um modo de vida ou uma ideia/força. Neste sentido, a ideia de democracia está sempre destinada a ser revisitada, reinventada e reinterpretada. Considerando-se essa ideia como vetor vigoroso, imediatamente surgem em questão lugares, ações e posturas a serem investigados pelo prisma da efetiva partilha e igual compartilhamento. Dentre eles, evocam-se o lugar da informação e o acesso aos bens culturais. Este viés é particularmente relevante nos dias atuais, quando os sistemas produtores de informação estão mais regidos pelo concentracionismo, e a grande maioria dos públicos relegada ao papel de consumidor de mensagens.

¹⁴ **Paul Virilio:** urbanista e filósofo francês, nascido em 1932. Estuda e critica efeitos perniciosos da velocidade nas relações sociais contemporâneas, desde os seus reflexos no processo cognitivo até suas implicações na política. É autor, entre outros, de *Guerra pura* (São Paulo: Brasiliense, 1984), *O espaço crítico* (Rio de Janeiro: Editora 34, 1993), *A máquina de visão* (Rio de Janeiro: José Olympio, 1994), *Velocidade e política* (São Paulo: Estação Liberdade, 1996), *A bomba informática* (São Paulo: Estação Liberdade, 1999) e *Ville panique* (Paris: Galilée, 2004). Reproduzimos duas entrevistas com Virilio sobre o seu livro *Ville Panique*, uma na 108ª edição da **IHU On-Line**, de 05-07-2004, outra na 136ª edição, de 11-0-04-2005. Dele também publicamos outra entrevista na 95ª edição da **IHU On-Line**, de 05-04-2004. (Nota da **IHU On-Line**)

¹⁵ **John Dewey** (1859-1952): filósofo e pedagogo norte-americano. É reconhecido como um dos fundadores da escola filosófica de pragmatismo (com Charles Sanders Peirce e William James), pioneiro em psicologia funcional e representante principal do movimento da educação progressiva norte-americana durante a primeira metade do século XX. (Nota da **IHU On-Line**)

Midiatização: a complexidade de um novo processo social

Entrevista com Jose Luiz Warren Jardim Gomes Braga

Jose Luiz Warren Jardim Gomes Braga é doutor em Comunicação, pela Université de Paris II, Institut Français de Presse, e mestre em Educação, pela Florida State University. Foi pesquisador em TV Educativa no Instituto de Pesquisas Espaciais (Projeto Saci) e presidente da COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) de 1993 a 1995. É autor de, entre outros, **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática** (São Paulo: Paulus, 2006) e um dos organizadores de **Midiatização e processos sociais na América Latina** (São Paulo: Paulus, 2008).

Para pensar sobre a influência da mídia na sociedade, em nossas vidas, e no processo de midiatização, um ponto é crucial: o elemento crítico. E esse é o foco que o professor José Luiz Braga, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos, privilegiou na entrevista que concedeu a Graziela Wolfart, jornalista da equipe de Comunicação da **IHU On-Line**, publicada na edição 289, de 13 de abril de 2009. Ao falar sobre o debate acerca da midiatização na pesquisa acadêmica, Braga identifica que, “de uma forma ou de outra, o tema da midiatização da sociedade aparece como preocupação em todos os programas de pós-graduação em comunicação, no sentido de contemplar o estudo da mídia no seu contexto, na sociedade, como elemento de transformação, como um desafio, um processo”. Para Braga, as transformações sociais em função da mídia não acontecem em decorrência das inovações técnicas, como se os avanços tecnológicos é que levassem a essa ou àquela mudança. Mas, explica ele, “o avanço tecnológico é socialmente determinado”. E continua: “Ao invés de pensar a transfor-

mação como uma incidência passiva da tecnologia na sociedade, percebo-a como a efervescência de invenções das pessoas no uso da tecnologia”.

IHU On-Line – Como a questão da midiatização aparece nas pesquisas universitárias?

José Luiz Braga – O estudo da mídia acabou se tornando um núcleo da discussão comunicacional. Há quem defina o campo comunicacional como a disciplina que estuda a mídia. Eu não defino dessa maneira. Acho, entretanto, que o que caracteriza o comunicacional é uma preocupação com os fenômenos da interação humana. De qualquer modo, percebo que, aí, a midiatização da sociedade é um elemento central. Independente da perspectiva com que se olhe a mídia – e há vários olhares muito diferenciados –, esse é um objeto consensual. Embora tudo o mais se discuta, ninguém vai dizer que não interessa estudar a mídia. Na pesquisa universitária brasileira, nós já avançamos no sentido de não dar foco excessivo aos meios de comunicação. Hoje falamos em processos da mídia. Não se trata de negar o “meio”, mas perceber que há processos mais difusos na mídia, que precisam ser observados. Então, a questão da midiatização aparece hoje fortemente. Precisamos desentranhar o que há de comunicação nos diversos campos do conhecimento; não separar em disciplinas, segundo a visão positivista, mas desentranhar. E a midiatização parece ser o lugar em que esse desentranhamento pode ser feito. De uma forma ou de outra, o tema da midiatização da sociedade aparece como preocupação em todos os programas de pós-graduação em comunicação, no sentido de contemplar o estudo da mídia no seu contexto, na sociedade, como ele-

mento de transformação, como um desafio – um processo.

IHU On-Line – Qual a origem do termo “mídiatização” e há quanto tempo ele vem sendo usado?

José Luiz Braga – É difícil datar o surgimento do termo. Começa-se a falar na palavra “mídiatização”, às vezes, significando simplesmente a forte presença da mídia na sociedade. O que antecede essa expressão é a palavra “mídiatizada”, com base na ideia de que vivemos em uma sociedade mídiatizada ou mídiática. Essa ideia parte de uma ação da mídia sobre a sociedade. O foco em mídiatização como objeto central de estudo é bem recente, dos últimos dez, doze anos. A mídiatização, ou processos mídiáticos, que é como denominamos nossa área de concentração no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos, abarca processos que acontecem mesmo quando não estamos diante da mídia. A mídiatização não acontece só quando se está produzindo e se está recebendo informação. Um exemplo seria o seguinte: você sai do cinema e, quando encontra seus amigos e sua família e fala sobre o filme, continua no âmbito da mídiatização. Da mesma maneira aconteceu com o livro. Nós vivemos ainda no mundo da escrita, independente de estarmos diretamente trabalhando com materiais escritos.

IHU On-Line – O senhor pode explicar em que sentido vê a mídiatização como um processo interacional de referência?

José Luiz Braga – É um desafio definir e pensar o que seria mídiatização ou comunicação em uma macroperspectiva. Em uma microperspectiva é relativamente simples. Temos processos sociais que já existiam sem a mídia e, portanto, as interações ocorriam fora de qualquer interferência mídiática. Aos poucos, esses processos passam a ser mídiatizados, perpassados pela mídia. Por exemplo, o carnaval no Rio de Janeiro. Ele se organiza como festa de rua. Num determinado momento, começa a ser mostrado. E, num outro momento ainda, ele se organiza em função da mídia. Os eventos passam a se organizar, segundo o olhar mídiático. Houve, então, uma mídiatização. Do ponto de

vista social geral, baseado nisso, percebo a mídiatização como processo interacional de referência, o que permite evitar a ideia de substituição. Sob um viés apocalíptico, ouvimos que a mídia está eliminando a escrita e que esta será substituída. Já a visão integrada ou deslumbrada pode dizer que a escrita “já era”, é linear, não tem profundidade, é cartesiana, racionalista, formal, fechada e que, felizmente, temos agora os grandes meios eletrônicos. As duas visões são simplistas. Os novos processos sociais caracterizam grandes mudanças, mas isso não significa que destroem ou salvam alguma coisa. Significa que trazem outros problemas e outra sistemática social. Os outros modos continuam a existir. Por exemplo, a escrita não eliminou a oralidade. Então, a mídiatização como processo interacional de referência transforma os demais processos, mas mantém espaços de oralidade e de escrita. A escola é essencialmente uma instituição do livro. E, no entanto, ela é um espaço de oralidade, caracterizado pelo processo de referência, que é o livro. Quanto à mídiatização, esta vai se tornando hoje o processo de referência para as interações, mas devemos assinalar que isso ainda está em curso, com lacunas e desafios.

IHU On-Line – Considerando o poder e a força de influência da mídiatização, em que sentido ela provoca mudanças no âmbito da cultura e da política? Que mudanças poderiam ser citadas aqui com base nos últimos avanços tecnológicos?

José Luiz Braga – Em relação aos avanços tecnológicos, eu gostaria de destacar uma questão lateral. Parto da perspectiva de que o processo não é mera tecnologia, como se o avanço tecnológico é que determinasse essa ou aquela mudança. Creio que o avanço tecnológico é algo socialmente determinado. Não aparece uma tecnologia desenvolvida por um inventor que está fora do mundo, fora da sociedade. São as demandas da sociedade que provocam o avanço. Não é a mídia, a televisão, que cria uma sociedade nova. É uma sociedade caracterizada por diversos eventos que precisa de processos interacionais novos, porque os atuais não conseguem dar conta do que está em efervescência. Isso determina a criação tecnológi-

ca. É claro que a tecnologia, uma vez criada, começa a ser usada para outras coisas. Afinal, já que temos algo novo, o que podemos fazer com isso? Então, o primeiro aspecto é que a sociedade tem necessidade de viver da tecnologia. O segundo seria que é ainda a sociedade que pega uma tecnologia inventada e diz “vamos fazer isso ou vamos fazer aquilo”. São fenômenos que não estavam implicados no próprio gesto da invenção e, portanto, não estão implicados na tecnologia. É claro que há um terceiro aspecto: a tecnologia é auto-poética; começa a se gerar a si mesma. Começa-se a inventar tecnologia por tecnologia. E aí vêm as perspectivas interacionais. É a interacionalidade que inventa a tecnologia. A força do interacional é usar a mídia para fazer coisas que não eram possíveis fazer antes. Estamos em uma fase em que somos “aprendizes de feiticeiro”. A “feitiçaria”, que é a tecnologia, está inventada, e a sociedade aceleradamente inventa coisas. E não falo de descobrir, mas de inventar mesmo. A internet e os blogs são o exemplo mais óbvio disso. O jornalismo colaborativo é outro exemplo de uma invenção que a sociedade criou, usando a tecnologia da internet como “matéria-prima”. Ao invés de pensar a transformação como uma incidência passiva da tecnologia na sociedade, percebo-a como a efervescência de invenções das pessoas pelo uso da tecnologia.

IHU On-Line – Atualmente, nós dispomos de dispositivos sociais que nos auxiliam na realização de uma crítica midiática?

José Luiz Braga – Sim, existem dispositivos sociais para uma crítica da mídia. Mas, no que se refere à mídia, nenhum chegou ao nível imponente dos dispositivos sociais do livro. Não existe nada comparável à escola com relação à mídia. E eu vejo a escola como o dispositivo social de interação referente ao livro. No entanto, há uma porção de dispositivos em relação à mídia também. Infelizmente, alguns já estão desaparecendo, como os cineclubes, onde o público se reunia para debater sobre os filmes vistos no cinema. Outros dispositivos são, por exemplo, o ombudsman e as cartas do leitor, para que a crítica seja feita pela própria sociedade.

IHU On-Line - O senhor vê a sociedade brasileira e latino-americana acionando críticas da sua mídia? De que formas essa crítica se manifesta?

José Luiz Braga – De forma muito incipiente e circunscrita. É apenas um grupo de pessoas que nem sempre são letradas. São indivíduos que, por alguma razão, demonstram um interesse que ultrapassa o que a mídia mostra. Num estudo que eu fiz sobre as cartas do leitor, percebi o quanto esse dispositivo de crítica é decepcionante, apesar das altas expectativas positivas de crítica que ele gerava. As pessoas geralmente não conseguem perceber a mídia. Ela é transparente, as pessoas só veem os assuntos que são tratados. Mesmo assim, dá para selecionar alguns comentários que criticam a mídia e são tipicamente concretos, que é o que importa. Não são críticas genéricas à imprensa, mas algo bem pontual, do tipo “vocês foram tendenciosos na cobertura de tal fato”, ou “vocês não estão cumprindo o papel ético que deveriam cumprir”.

IHU On-Line - Quais seriam os processos de aprendizagem adequados em uma sociedade de interação midiática?

José Luiz Braga – Com a midiáticação, além dos processos da escola, da escrita e da oralidade, surgem novos processos, com os quais nós temos que aprender a lidar. Não dá para definir *a priori* o que é adequado e o que não o é, porque, com os meios, surge a preocupação educacional do uso que se fará deles e como se pode aprender com eles. Os considerados “pobres de escola” aprendem a usar os novos meios para superar as lacunas de aprendizagem deixadas pela escola. Na América Latina, esse processo é muito mais interessante do que na Europa, que tem uma escola muito mais rigorosa. Então, definir o adequado é complicado quando não sabemos muito bem o que temos em mãos. É por isso que eu coloco a crítica como processo de aprendizagem. Se não posso definir de antemão em que a mídia é adequada, um espaço possível de aprendizagem é o acionamento, em situações concretas de dispositivos críticos. O papel da escola é estimular esses dispositivos praxiologicamente, fazendo sua crítica, para ver como eles

podem ser menos simplórios e canhestros, estimulando o seu desenvolvimento.

IHU On-Line – Que relações podem ser estabelecidas entre comunicação e educação, quando o assunto é midiatização e a influência da mídia na vida das pessoas?

José Luiz Braga – As interfaces entre a Educação e a Comunicação não implicam necessariamente “cooperação”, mas tensionamento. Os processos também se desenvolvem pelo tensionamento. A aprendizagem ultrapassa o âmbito da escola e entra num nível não controlado, que é o campo da mídia, onde se aprende de tudo, para o bem ou para o mal. O problema aqui é a ausência de controle, que não se pode fazer por hierarquia ou autoridade. O controle, nesse caso, viria da crítica. A produção de TV Educativa mostra o quão delicada é essa relação entre comunicação e educação. Não se trata apenas de problemas práticos, mas de visões completamente diferentes e de como superar isso. O trabalho educacional é o de enfrentar diretamente a delicadeza dessas questões. Devemos trabalhar o tensionamento, ao invés de tentar “resolvê-lo”, no sentido de colocá-lo para debaixo do tapete. A dificuldade de trabalhar em harmonia acontece porque os objetivos, os processos e as lógicas da educação e da comunicação são diferentes. Trata-se de construir algo novo, para trabalhar uma aprendizagem que não será totalmente controlada pela escola. Estamos na área da invenção social, em que aprendizagem e socialização estão integradas.

IHU On-Line – E, ainda dentro dessa discussão sobre as relações entre comunicação e educação, como o senhor vê o fenômeno da Wikipédia, considerando-a como um instrumento de aprendizagem não apenas disponível na mídia, mas construído permanentemente nela e de forma coletiva pela sociedade?

José Luiz Braga – Esse é um exemplo muito interessante. Ele mostra a transmissão de um conhecimento, que não é mais preestabelecido, dicionarizado. É uma dessas experiências de articulação entre comunicação e aprendizagem que é absolu-

tamente fundamental, mesmo sendo uma invenção em curso. Há riscos de aprendermos algo lá que seja insustentável, porque podemos acessar a Wikipédia em um momento em que determinado conteúdo não corrigido ainda estava lá, e é possível que amanhã de manhã já tenha saído. Não podemos esperar que toda a população esteja checando tudo, o tempo todo. Mas, quando percebemos os riscos, podemos trabalhar melhor com eles. Todos os campos de aprendizagem são tentativos, mesmo os mais tradicionais, como a sala de aula, pois não sabemos quais serão os modos segundo os quais cada estudante se apropriará do conhecimento recebido. Teremos uma diversidade de interpretações em todos os cenários em que vivemos. Como escapamos da idiossincrasia individual? Como não somos radicalmente diferentes um do outro? Do ponto de vista social, o que nos faz pertencer a uma mesma realidade? Sob a perspectiva comunicacional, creio que construímos uma realidade comum porque interagimos, testamos constantemente com os outros a nossa interpretação.

IHU On-Line – Como o senhor caracteriza a midiatização na América Latina? De quais processos sociais ela se compõe?

José Luiz Braga – Um aspecto que precisamos levar sempre em conta com relação à América Latina é o fato de que nós viemos de uma situação marginal do mundo da escrita. Isso faz diferença, porque os processos sociais não fazem tábula rasa dos processos anteriores; a midiatização contemporânea surge no mundo da escrita. E nós somos menos do mundo da escrita do que o mundo europeu. Na América Latina, somos marcados pela oralidade, inclusive no mundo da academia. Digo isso para situar qual é o cenário latino-americano que entra em processo de midiatização. Ele entra com algumas vantagens e algumas desvantagens. Uma das vantagens favorece a televisão. A imagem não pede alfabetização. É um meio capaz de falar a todos diretamente e pode até ser usado para alfabetizar. Entre as desvantagens, lembro que o livro foi responsável no mundo europeu por processos de racionalidade que estão na base do pensamento político e democrático. É a escrita

que realiza a separação necessária para a crítica. Eu só posso criticar se separo, se distingo. E esse é um problema na América Latina. A mídia aqui tende a ser mais superficial, porque os dispositivos críticos são mais frágeis. No caso da Europa, eles são muito mais competentes. Estou convencido de que, na Europa, a qualidade do sistema geral é mais coerente. Não basta criticar a produção da mídia e imaginar que um dia isso pode resolver os aspectos insuficientes de escolarização do receptor e gerar uma discussão social do sistema de resposta produtiva. Temos de trabalhar em todos os

níveis. Jesús Martín-Barbero, quando insiste na necessidade de observarmos o receptor, traz uma proposta muito latino-americana. Ele fala da importância de entender as mediações, segundo as quais o receptor interpreta os meios. A Europa não pensaria nisso. De minha parte, creio que mais um passo seria dado pelo estudo das circulações sociais que os espectadores e usuários acionam após sua recepção – justamente através de um desenvolvimento dos dispositivos críticos.

Dispositivos midiáticos e processos sociais: um debate sobre a midiatização

Entrevista com Jairo Ferreira

Jairo Ferreira é professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Formado em Jornalismo e em Ciências Econômicas, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), é mestre em Sociologia e doutor em Informática na Educação pela mesma instituição, com sanduíche nos Arquivos Jean Piaget e na Unidade de Tecnologias Educacionais da School of Psychology and Education, University of Geneva. Organizou os livros **Cenários, teorias e epistemologias da comunicação** (Rio de Janeiro: E-papers, 2007), com Eduardo Vizer, **Mídias e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação** (São Paulo: Paulus, 2007), com Fausto Neto, José Luiz Braga e Pedro Gilberto Gomes, **Midiatização e processos sociais na América Latina** (São Paulo: Paulus, 2008). Atua principalmente nos seguintes temas: epistemologia, midiatização, dispositivos, campos das mídias e circulação.

Ao comparar a realidade midiática do Brasil com os demais países latino-americanos, o professor Jairo Ferreira indica como diferença o fato de que “em outras sociedades da América Latina, o ‘monopólio da fala’ está mais creditado ao Estado, e, no Brasil, ao mercado discursivo-midiático, sendo esse mesmo mercado um operador e transformador daquilo que chamamos de Estado e da própria sociedade”. Na opinião do professor, em entrevista concedida a Graziela Wolfart, jornalista da equipe de Comunicação da **IHU On-Line**, publicada na edição 289, de 13 de abril de 2009, os discursos midiáticos não se “dobram” a narrativas e argumentações orgânicas das instituições e dos campos sociais. Eles têm como característica cen-

tral “a mobilização de novas narrativas e argumentações, criando um espaço polêmico, típico de um mercado discursivo não oligopolizado e/ou monopolizado”. E, continua ele, “não fazem isso porque querem, ou têm boas intenções, mas porque isso é a forma de ‘sobrevivência’ da instituição midiática num mercado discursivo competitivo, característico da formação sociodiscursiva brasileira”.

IHU On-Line – De forma geral, o que podemos entender por midiatização? O que caracteriza essa nova “ambiência” em que as novas tecnologias se tornam meios de comunicação também?

Jairo Ferreira – Podemos iniciar pelo final da pergunta, ou seja, que processo é este em que “as novas tecnologias se tornam meios de comunicação”. Esse processo vem desde a Antiguidade. Para compreendermos a comunicação, os conceitos de técnica e tecnologia devem ser integrados ao de dispositivos. Os dispositivos de comunicação são acoplamentos e operações entre processos de interação social, linguagens, técnicas e tecnologias. Ilustro. Esta revista é um dispositivo. Embora eu tenha respondido a esta entrevista há alguns dias, estamos aqui “falando com o leitor”, portanto, interagindo com ele. Neste caso de interação, a técnica mobilizada é a entrevista – o roteiro conforme a pauta configurada em outro dispositivo (linha editorial e agenda da **IHU On-Line**), as formas de desenhar as colunas, os títulos, as fotografias, as letras etc. A linguagem está desenhada pelos códigos escritos, e sua aderência às dimensões interpretativas. Temos, então, até aqui, dois polos explicativos do que consideramos midia-

tização: os dispositivos de comunicação e midiáticos, e os processos sociais. Os acoplamentos e operações dos dispositivos incidem sobre os processos sociais em geral, incluindo as ações e interações, ao mesmo tempo que são afetados por estratégias e apropriações constituídas em outras esferas do social.

Os processos de comunicação

O terceiro polo que mobilizamos para a análise da midiatização são os processos de comunicação, abrangendo, também, as interações e ações comunicativas. Nessa esfera, há um constante processo de reelaboração de valores, normas, enfim, aquilo que, no campo da comunicação, condensamos como produção social de sentido. É, portanto, o lugar focal do problema comunicacional. A diferença está em que, na área da comunicação, quando se estuda a midiatização, esse lugar focal requisita, para ser entendido, uma nova epistemologia, irreduzível às ciências sociais clássicas, às ciências da linguagem e mesmo à arte. O problema da midiatização está localizado nessas relações “entre” essas três esferas: primeira, a dos processos sociais (analisados pela sociologia, antropologia, psicologia social, ciência política, economia etc.); segunda, a dos processos de comunicação, em que são fundamentais os conceitos de conversa, ação comunicativa, estratégias, linguagens; terceira, a dos dispositivos. As interseções entre essas três esferas se referem aos processos em que um determinado polo atua sobre as relações dos outros dois. Assim, as relações entre processos sociais e processos de comunicação são, cada vez mais, interseccionadas pelos processos acionados sobre os dispositivos midiáticos. O conceito de ambiência é uma contribuição para adotarmos uma posição que compreenda que o “novo” que surge aí é irreduzível às suas partes, e não é passível de ser subtraído de suas relações.

IHU On-Line – Quais são os principais focos de estudo dos processos da midiatização?

Jairo Ferreira – A compreensão da midiatização com base nas relações entre processos sociais e

dispositivos decorre de discussões já desenvolvidas no campo acadêmico da comunicação. Assim, os processos sociais aparecem no debate do campo acadêmico da comunicação com base em perspectivas que requisitam as contribuições de teorias sociais de diversas origens (sociologia, psicologia, antropologia, filosofia, teorias do signo etc.). Aqui, o comunicólogo, necessariamente, entra em contato com conhecimentos que se produzem em outros campos acadêmicos, que nem sempre têm como ponto de partida o problema comunicacional ou midiático. Os conceitos de indivíduo, sujeito, ator, agente, sociedade, instituição, interações, mercados, valores, condutas, subjetividade, cognição, inconsciente, consciência, ideologia, estrutura, linguagem etc., que mobilizamos, são oriundos dessas reflexões. Essas formulações permitem superar leituras ingênuas sobre os processos sociais. Assim, a comunicação e a “mídia” são entendidas como subordinadas ao problema da distinção das classes, dos capitais, da construção dos sujeitos, dos atores, de suas condições de existência etc. A reflexão teórica e conceitual sobre essas incidências permite ver como os processos sociais e discursivos capturam as relações de comunicação.

A apropriação desses conhecimentos pelo campo acadêmico da comunicação visa a um lugar próprio, de reconhecimento diferenciado de vantagens no mercado acadêmico. O fato de que tais apropriações sejam produzidas no âmbito de pesquisas experimentais sobre as “mídias” alimenta um processo de vantagens comparativas cada vez maiores, relativamente às teorias sociais, da linguagem e filosofia, das produzidas em outros campos acadêmicos e disciplinas. Nessas correlações, particularmente importantes no campo acadêmico da comunicação são os estudos de caráter empírico-experimental, em que conceitos e teorias que abordam as relações das “mídias” com a comunicação são diferenciados, agora, em produção, consumo, circulação midiáticas, como lugares específicos de produção de novos processos sociais, ao mesmo tempo que interseccionados por esses.

O esforço do campo acadêmico da comunicação, no estudo da midiatização, deve ser, em nosso entendimento, superar naturalizações dos

nomes “meios”, “mídias”, quando não de termos mais vagos ainda (aparatos, suportes etc.). Nesse sentido, o esforço teórico sobre a midiatização requer um conjunto conceitual próprio do campo acadêmico da comunicação sobre o que é termo de origem do conceito de midiatização (ou seja, algo em ação através das “mídias”). O foco que estamos desenvolvendo é o de dispositivos (Ferreira, 2006), sem querer, com ele esgotar outras dimensões em debate (meios, suportes e mídia, inclusive), mas remetendo a elas.

IHU On-Line – O que marca a transformação da “sociedade dos meios” para a “sociedade midiatizada”?

Jairo Ferreira – Para se compreender a sociedade midiatizada, é necessário realizar um movimento epistemológico: parte-se da identificação da autonomia dos fluxos de sentido midiáticos, lugar de onde passa a observar-se o “peso explicativo” das condições exógenas (discursos orgânicos e condições de existência das instituições observadas, atores sociais, interações etc.). Esta inversão de objeto corresponde a uma inversão teórica: desloca-se o problema de sua constituição a partir das heranças teóricas para questões específicas do campo da comunicação. Sociedade dos meios e sociedade midiatizada, nesse sentido, são conceitos e teorias que correspondem a angulações epistemológicas. Para muitos, a sociedade dos meios continua a existir. Pretende-se, nesse caso, que a mídia esteja subordinada às condições de existência (capitais econômicos, políticos e culturais, por exemplo) e aos discursos orgânicos de poder (hegemonia discursiva de frações ou classes sociais), como pressupostos para a crítica e análise dos fluxos discursivos midiáticos. Já a existência da sociedade midiatizada é correlata à identificação do problema da circulação de sentido produzido na esfera midiática.

IHU On-Line – Pode falar brevemente sobre qual é a tese central do livro *Mediatização e processos sociais na América Latina*? Em que sentido a midiatização interfere na forma brasileira e latino-americana de constituir-se como sociedade?

Jairo Ferreira – A questão diferencial predominante está relacionada à configuração do mercado discursivo. No caso brasileiro, os fluxos de sentidos originados em uma diversidade de estratégias, capitais e competências discursivas disputam a construção social sem que uma instituição específica possa monopolizar ou oligopolizar os processos de sanções, concessões, regalias, no que se refere ao sentido. São diversas as instituições, e, dentro delas, os atores envolvidos na disputa. Minha percepção é de que nas outras formações sociais discursivas da América Latina há um conjunto de instituições que ainda possui uma força de oligopólio de produção social de sentido. Também na perspectiva dos mercados discursivos são sociedades em que a herança “pré-mercantil” é mais forte. Isso não significa que, no Brasil, os capitais, as competências discursivas e os processos regulatórios na distribuição de acessos, concessões e regalias sejam democráticos, emancipados e cooperativos, e sim que as “leis do mercado” identificadas pela crítica marxista regulam esse mercado. Ao contrário do que pensa o marxismo clássico, porém, não se trata de uma regulação das condições de existência que predomina, mas de processos próprios à produção de sentido que intervêm, ou seja, essa interferência e intersecção são da sociedade do mercado. É das lógicas dos mercados discursivos que se manifestam as condições de existência de atores e instituições, suas competências discursivas, interferindo nas configurações dos dispositivos de comunicação e midiáticos, em intersecção com os processos de comunicação. A diferença, em outras sociedades da América Latina, estaria em que o “monopólio da fala” está mais creditado ao Estado, e, no Brasil, ao mercado discursivo, sendo esse mesmo mercado um operador e transformador daquilo que chamamos de Estado e da própria sociedade.

IHU On-Line – Que tipo de repercussão e de consequência o fenômeno da midiatização provoca em nossa sociedade, nos atores sociais e nos processos gerais de nosso cotidiano?

Jairo Ferreira – As interferências e intersecções devem ser estudadas experimentalmente, mobili-

zando-se o método científico moderno. Mas temos algumas “abduções”, com base nos processos formativos em que temos participado. Por exemplo, identificamos que a questão central para agentes sociais das instituições de segurança pública (policiais civis, militares, guardas municipais), na relação com a mídia, é a interferência desta nos processos técnico-normativos da polícia. Assim, afirmam que todas as normas que aprendem em suas academias são “quebradas” nas interações com a “mídia”; dizem, ainda, que as políticas públicas estão reguladas pelo discurso midiático (definição pela mídia de focos de violência, ações reativas e espetaculares etc.). Generalizando, poderíamos afirmar a hipótese de que a normatividade das instituições está “em jogo” (em crise?) nos processos de intersecção e interferências dos dispositivos midiáticos de ações e de discursos.

Discursos midiáticos e discursos orgânicos

Os discursos midiáticos não se “dobram” a narrativas e argumentações orgânicas. Têm como

característica central a mobilização de novas narrativas e argumentações, criando um espaço polêmico, típico de um mercado discursivo não oligopolizado e/ou monopolizado. Não fazem isso porque querem, ou têm boas intenções, mas porque isso é a forma de “sobrevivência” da instituição midiática num mercado discursivo competitivo, característico da formação sociodiscursiva brasileira. Mas, até esse momento, estamos falando de instituições. Essa relação entre discursos midiáticos e discursos orgânicos das instituições, afetando as práticas, ações e interações sociais, deve, em nossa perspectiva, ser observada no sentido de como isso ocorre num plano das interações e ações sociais, especialmente discursivas, mais próximas ao que as ciências sociais estudaram como o nível psicológico. Ou seja, é importante verificar as afetações da mídia sobre as configurações dos indivíduos não apenas em seus papéis sociais, mas, além dessas, e articuladas, em suas mobilizações psicológicas. Esse extravasamento, mobilizações e acoplamentos entre indivíduo psicológico e dispositivos midiáticos parecem centrais hoje, como foco de retomada reflexiva das relações entre processos sociais, de comunicação e “mídia”.

“A midiatização produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim”

Entrevista com Antonio Fausto Neto

Antonio Fausto Neto é professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Possui graduação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), mestrado em Comunicação, pela Universidade de Brasília (UnB), doutorado em Sciences de La Communication et de L'information, pela École des Hautes Études en Sciences Sociales, da França, e pós-doutorado, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Atualmente, é também consultor da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e professor colaborador na Universidade de Santa Cruz do Sul. É autor de vários livros, entre os quais citamos **Desmontagens de sentidos: leituras de discursos midiáticos** (João Pessoa: Ed. Universitária UFPB, 2001) e coorganizador de **Mediatização e processos sociais na América Latina** (São Paulo: Paulus, 2008).

Outras entrevistas concedidas por Antonio Fausto Neto à **IHU On-Line** podem ser acessadas pela página eletrônica (www.ihu.unisinos.br): **Descentramento do lugar do jornalismo**, publicada na edição nº 254, de 14 de abril de 2008, intitulada **Mídia livre? A democratização da comunicação e As relações entre mídia e política no espaço público**, publicada na edição nº 202, de 30 de outubro de 2006, intitulada **Mídia e política**.

Na visão do professor Antonio Fausto Neto, a midiatização pode ser conceituada como “a emergência e o desenvolvimento de fenômenos técnicos transformados em meios, que se instauram in-

tenso e aceleradamente na sociedade, alterando os atuais processos sócio-técnico-discursivos de produção, circulação e de recepção de mensagens”. Fausto Neto considera que a midiatização “produz mutações na própria ambiência, nos processos, produtos e interações entre os indivíduos, na organização e nas instituições sociais”. “Trata-se de ascendência de uma determina realidade que se expande e se interioriza sobre a própria experiência humana, tendo como referência a própria existência da cultura e da lógica midiáticas”, explica o professor e pesquisador Fausto Neto, na entrevista que concedeu a Graziela Wolfart, jornalista da equipe de Comunicação da **IHU On-Line**, publicada na edição 289, de 13 de abril de 2009.

IHU On-Line – De que forma o senhor conceitua “midiatização”?

Antonio Fausto Neto – Trata-se da emergência e do desenvolvimento de fenômenos técnicos transformados em meios, que se instauram intensa e aceleradamente na sociedade, alterando os atuais processos sócio-técnico-discursivos de produção, circulação e de recepção de mensagens. Produz mutações na própria ambiência, nos processos, produtos e interações entre os indivíduos, na organização e nas instituições sociais. Grosso modo, trata-se de ascendência de uma determina realidade que se expande e se interioriza sobre a própria experiência humana, tendo como referência a própria existência da cultura e da lógica midiáticas.

IHU On-Line – E o que entende por “analítica da midiatização”?

Antonio Fausto Neto – Este conceito foi utilizado num determinado contexto no qual procuramos dar sequência à observação empírica sobre as manifestações da midiatização, no caso, as práticas discursivas midiáticas. Segundo nossa hipótese, o que caracteriza, hoje, o funcionamento das mídias é um determinado modelo de enunciar realidades e que se define como uma espécie de “ato analítico”, que é centrado em suas próprias operações, como possibilidade de produzir inteligibilidade sobre o real. Trata-se de um dispositivo interpretativo próprio que enfatiza mais as suas operações que realiza para construir leituras do mundo, do que levar em conta as ressonâncias de outras práticas de sentido. Analítica, nesse sentido, porque se mostra, e se faz, através de um “programa de leitura”, cuja enunciação se faz de uma forma de dizer que se engendra nas fronteiras do próprio sistema das mídias. Interessante é que “franjas” desta analítica ultrapassam as fronteiras do próprio campo que o engendra, na medida em que incidências de suas manifestações se disseminam nas diferentes práticas sociais, necessariamente não midiáticas, como as de natureza religiosa, política, educativa, associativa, familiar etc.

IHU On-Line – Como pensa que esse fenômeno repercute sobre as práticas acadêmicas desenvolvidas nas universidades e nos PPGs de ensino e de pesquisa da comunicação midiática? E como ele é estudado e analisado nesses ambientes?

Antonio Fausto Neto – Por se tratar de um fenômeno em processualidade, ele se torna um tema “emergente” no ambiente acadêmico, especialmente nos programas de pós-graduação, alguns mais jovens e que já nascem com áreas de concentração e linhas de pesquisas definidas segundo determinadas peculiaridades. Neles, os estudos comunicacionais migram de influências articuladas com a tradição de modelos de ciências sociais, observando-se a existência de processos analíticos e observacionais já cristalizados e que se voltam mais para “dar razão” às teorias, propriamente ditas, do que se examinar, de outra forma, fenômenos tão complexos, e cujos registros são, em muitas situações, apenas incipientes. Mas de-

vemos agregar a este aspecto o fato de que a midiatização irrompe com celeridade há pouco tempo, no nosso planeta, mesmo em países mais avançados. Os estudos e a pesquisa acadêmica enfrentam seus primeiros movimentos. Isso significa dizer que a midiatização produzirá impactos muito interessantes também nos ambientes acadêmicos, os quais vão se preparar com outros equipamentos teóricos e analíticos para dar conta de suas manifestações. Isso nos parece muito bom, pois o ensino universitário terá de organizar seus currículos e programas de pesquisas com base em demandas muito particulares, como, por exemplo, aquelas das quais serão portadores os próprios jovens, como atores que estarão vivendo a midiatização na própria pele.

IHU On-Line – De que maneira a crescente autonomia do campo das mídias impõe transformações nos “contratos” e nos vínculos entre estruturas de produção e recepção de discursos midiáticos?

Antonio Fausto Neto – Como dissemos em outros textos, a midiatização também engendra seus próprios limites. O fato de vivermos sob a égide do conexismo origina certo descentramento de “lugares de fala”. E o que se observa é o fato da portabilidade tecnológica produzir dois efeitos complexos. Ou traz o receptor para o centro dos processos produtivos midiáticos, ou faz migrar para novas buscas de meios e de protocolos de consumo, abandonando velhos pactos de fidelização com antigas mídias, ou seja, coloca-se uma reformulação radical nos processos de interação, entre os meios e seus consumidores. Os primeiros diante da iminência de “processos de solidão” buscam reconstituir os contatos com seus usuários segundo novos contratos que misturam motivações comerciais e estratégias de leituras. Os segundos, os leitores, são chamados a se “educarem” para as mídias na medida em que para eles estas precisam ter um conhecimento, ainda que “espasmódicos” dos seus processos produtivos. Portanto, a autonomia é relativa, visto que produtores e receptores de mensagens se encontram hoje mais em “zonas de transformação de discursos” do que necessariamente “reclusos” em suas próprias fronteiras

como até então entendíamos emissores e receptores de mensagens.

IHU On-Line – Como a mediação pode gerar novas formas de cooperação entre as políticas acadêmicas e as políticas de ciências e de tecnologia focadas na área de comunicação?

Antonio Fausto Neto – Alguns aspectos devem ser comentados: o fato de vivermos hoje em uma nova “plataforma de sentidos” que desloca para o problema da circulação de mensagens a eficácia do processo comunicacional, torna indissolúvel o laço social que se forma com base neste fenômeno. Diria até que os protocolos pelos quais se estabelecem as políticas de campos sociais – como as relações entre o campo científico e outros campos – se engendram, tomando como referência postulados da mediação, como a hibridação de competências rituais, postulados, lógicas de discursos. Mais e mais vemos cientistas falando de temas “opacos” – ou complexos – na tribuna das mídias, sem necessariamente se colocarem como “vulgarizadores científicos”, mas “socializados” pelas lógicas dos processos midiáticos. Agora mesmo, estou trabalhando as relações entre a “vida em laboratórios” e a “vida midiática”, examinando as relações entre cientistas e comunicólogos, tomando como referência instituições para as quais esta problemática se apresenta. Questões muito valiosas que aparecem aí são típicas dos tempos em que estamos vivendo, e que não poderiam aparecer mesmo quando se inventou a história do “jornalismo científico”.

IHU On-Line – O senhor acredita que a mediação aponta um avanço e uma possibilidade de construção de novas estratégias para a produção do conhecimento?

Antonio Fausto Neto – A pergunta situa bem, pois fala em novas estratégias e não em uma estratégia central. Isso me faz pensar na multiplicidade de revistas editadas por núcleos editoriais que desdobram diferentes disciplinas em conteúdos. Não se trata de uma motivação apenas comercial em

face da natureza dos mercados emergentes. Trata-se de um problema que faz uma tensão e que diz respeito à existência de um ambiente progressivamente interdiscursivo. A isso é o que chamo viver em “zonas de transformações”, na medida em que a enunciação parece não ter mais origem e fim, mas que se desdobra em camadas de falas, discursos, pareceres, dissolvendo competências de campos. Perguntar-se-ia não só como se pronuncia a ciência, mas como ela hoje produz efeitos de sua coerência e de sua consistência em meio a “ordens de discursos” que roubam, entre outras coisas, a autoralidade, a protagonização do próprio discurso científico? Esta é uma questão que serve como um grande “caldo de cultura” para a produção de currículos, de estudos e protocolos de cooperação da pesquisa; das mutações da vida laboratorial etc.

IHU On-Line – Quais as principais transformações no âmbito do jornalismo que advêm com o fenômeno da passagem da “sociedade dos meios” para a “sociedade midiática”? O que muda no discurso jornalístico?

Antonio Fausto Neto – Muitas mutações e que talvez não possam ser abordadas neste espaço de uma entrevista, mas acho que duas ou três observações, parecem vitais: o modelo de autorreflexividade do jornalismo que desloca o jornalista de sua curiosidade pelo mundo, centrando-o nas propriedades dos seus próprios ambientes; o enfraquecimento do seu “poder de enunciar”, na medida em que tais processos produtivos passam cada vez mais para as mãos de muitos; a solicitação de novos objetos a serem enfrentados, como reflexão sobre práticas jornalísticas nos próprios ambientes de trabalho, mas também nos próprios ambientes de formação, como é o caso da universidade.

IHU On-Line – Em que sentido a mediação fomenta mudanças de uma “enunciação representacional” para uma “enunciação de autorreferenciação” midiática? Quais as consequências sociais deste processo?

Antonio Fausto Neto – Recupero a alcunha de um autor norte-americano, Nicolas Negroponte,¹⁶ para quem este mundo no qual cada um edita suas próprias notícias, estaria criando não apenas processos de enquadramentos interpretativos muitos peculiares, mas também uma espécie de “eu diário”. Queria dizer, entre outras coisas, que a autonomia que a mídia e nós mesmos gozamos, para mover-nos visando a construir nossas inteligibilidades, faz-nos reduzir a compreensão do mundo às nossas próprias autorreferências. Significa a perda da “pugna com a diferença” e a emergência da sociedade da desatenção.

IHU On-Line – Como o senhor aplica o processo de midiaticização ao cenário religioso brasileiro?

Antonio Fausto Neto – Talvez o Brasil seja o país no qual mais o campo religioso tem permeado suas práticas pela presença de operações de mídia. Este fato tem a ver com vários fatores intrínsecos à vida das instituições, mas, sobretudo, com o do exercício de a vida religiosa se organizar em torno de algo que chamamos um novo e complexo mercado discursivo no qual se travam disputas de sentido nas quais a noção de crença é redesenhada a complexos processos de experimentação. Penso que a “economia do sensível”, promovida pela emergência de linguagens técnicas e operações midiáticas, favorece uma nova “cultura do contato” e que se expande até mesmo nos rituais em que o contato estaria a serviço do

“contrato”, este como ofertador das condições sobre as quais organizávamos nossas possibilidades de crer. Hoje, crer não requer abstração, na medida em que a vida midiática une de formas totalmente novas o profano e o sagrado.

IHU On-Line – Qual a força da influência da midiaticização no sentido de transformação da vida das pessoas, principalmente quando envolve crença e pertença religiosa?

Antonio Fausto Neto – Não há respostas consensuais, visto que as diferentes lógicas com que os indivíduos sinalizam suas relações com estes fenômenos apontam para processos heterogêneos por meio dos quais se lida com estas complexidades. Sem dúvida, processos de afetações se passam, lado a lado, nas interações reunindo práticas religiosas e fiéis. São fenômenos que apontam para as tais “zonas de transformações” que me fazem pensar numa espécie de enunciação que se expande. Por isso, a despeito de os protocolos de leitura da mídia, e sobre os quais organizamos nosso modo de contar o mundo, serem eficazes e produzirem sentidos (embora não saibamos quais, necessariamente), engrossamos, mesmo com ônus (como a indiferença e a desatenção gerada por estes processos), outros processos complexos de produção de sentido, com que fazemos valer nossa existência e o nosso modo de compreender. A midiaticização produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim.

¹⁶ **Nicholas Negroponte** (1943): cientista norte-americano, formado em Arquitetura e um dos fundadores do Media Lab, o laboratório de multimídia do Massachusetts Institute of Technology (MIT), onde atualmente é professor. Também assina a coluna da revista *Wired* e é muito reconhecido no universo da informática. É considerado brilhante e caracteriza seus conceitos no seu famoso livro *A vida digital*. (Nota da **IHU On-Line**)

A mídia como instrumento de interpretação do mundo

Entrevista com Daniel Dayan

Daniel Dayan é diretor de pesquisa no Centro Nacional de Investigação Científica (CNRS, de Paris, membro do Marcel Mauss Institute (École des Hautes Études en Sciences Sociales) e professor de Sociologia da Mídia na Universidade de Genebra. Tem diplomas de Antropologia, Literatura Comparada, Semiótica e Estudos Fílmicos pela Stanford University, Sorbonne e École des Hautes Études en Sciences Sociales, na qual se doutorou em Estética. Seus livros mais recentes são **La Terreur: Spectacle: terrorisme et television** (Paris: De Boeck, 2006) e **Televisão: das audiências aos públicos** (com J.C. Abrantes) (Lisboa: Livros Horizonte, 2006).

“Uma vez que cada um de nós não pode nem conhecer o mundo, nem mesmo nossa própria sociedade, nós somos reduzidos a imaginar com os meios que as mídias nos dão. E estes meios de imaginar o mundo são confiáveis?” Quem faz essa reflexão e lança esta pergunta é o pesquisador francês Daniel Dayan na entrevista que concedeu a Graziela Wolfart, jornalista da equipe de Comunicação da **IHU On-Line**, publicada na edição 289, de 13 de abril de 2009. Dayan considera ser essencial que a instituição do jornalismo sobreviva

e se reforce. Mas, para isso, continua ele, “esta instituição deve continuar credível, o que está longe de ser o caso”. “Como fugir, então, das diferentes patologias do jornalismo?”, dispara. Para Dayan, a maior parte das guerras contemporâneas “são ganhas não em campo de batalha, mas nas telas. No campo de batalha, só se conseguem vitórias. Nas telas, ganham-se as guerras e conquistam-se as opiniões públicas”.

IHU On-Line – Que relação o senhor estabelece entre informação e espetáculo na mídia?

Daniel Dayan – Em princípio nenhuma. Ao menos não nas mídias visuais. Os dois termos têm um valor normativo e se contradizem. A informação é boa, o espetáculo, mau. Penso que se trata de uma oposição um pouco ultrapassada, levando a gesticulações inúteis. Como demonstra Hannah Arendt,¹⁷ em sua noção de “aparecer em público”, todo ato político é espetáculo. Trata-se, então, não de extinguir os espetáculos da cidade, como Platão¹⁸ extinguiu os poetas, mas de julgá-los, avaliá-los, sabendo pertinentemente que são espetáculos. Quais são, pois, os vícios e as virtudes des-

¹⁷ **Hannah Arendt** (1906-1975): filósofa e socióloga alemã, de origem judaica. Foi influenciada por Husserl, Heidegger e Karl Jaspers. Em consequência das perseguições nazistas, em 1941, partiu para os EUA, onde escreveu grande parte das suas obras. Lecionou nas principais universidades deste país. Sua filosofia assenta numa crítica à sociedade de massas e à sua tendência para atomizar os indivíduos. Preconiza o regresso a uma concepção política separada da esfera econômica, tendo como modelo de inspiração a antiga cidade grega. Entre suas obras, citamos: *Eichmann em Jerusalém: Uma reportagem sobre a banalidade do mal* (Lisboa: Tenacitas, 2004) e *O sistema totalitário* (Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1978). Sobre Arendt, confira as edições 168 da **IHU On-Line**, de 12-12-2005, sob o título *Hannah Arendt, Simone Weil e Edith Stein. Três mulheres que marcaram o século XX*, e a edição 206, de 27-11-2006, intitulada *O mundo moderno é o mundo sem política. Hannah Arendt 1906-1975*, ambas disponíveis para download no sítio do IHU (www.ihu.unisinos.br). Nas **Notícias do Dia** de 01-12-2006 você confere a entrevista “Um pensamento e uma presença provocativos”, concedida com exclusividade por Michelle-Îrène Brudny para nosso sítio. (Nota da **IHU On-Line**)

¹⁸ **Platão** (427-347 a. C.): filósofo ateniense. Criador de sistemas filosóficos influentes até hoje, como a Teoria das Ideias e a Dialética. Discípulo de Sócrates, Platão foi mestre de Aristóteles. Entre suas obras, destacam-se *A república* e *o Fédon*. Sobre Pla-

tes espetáculos que chamamos por convenção de “informações”?

IHU On-Line – Qual a diferença entre um acontecimento social e um acontecimento midiático?

Daniel Dayan – Não há, doravante. É raríssimo que um acontecimento social não se torne um acontecimento midiático, salvo em um regime totalitário. Todavia, não se pode esquecer a tese de Boorstin.¹⁹ Alguns acontecimentos são *também* midiáticos. Outros acontecimentos são *somente* midiáticos (os pseudoacontecimentos). Mas estes últimos se tornaram crucialmente importantes. O atentado de 11 de setembro fora concebido para ser um acontecimento midiático. Os mortos do terrorismo servem geralmente de autenticadores, ou de “efeitos reais”. Eles são o que permite aos acontecimentos midiáticos adquirirem uma dimensão social e atravessar, assim, as grades do *gatekeeping*.²⁰

IHU On-Line – Em que medida a midiática interfere na cultura democrática?

Daniel Dayan – Para o bem, criando uma opinião pública informada. Para o mal, criando uma opinião pública fabricada. É preciso distinguir aqui entre uma função da *informação* das mídias e uma função de *sinalização* das mídias. A segunda é raramente discutida, mas essencial.

IHU On-Line – Quais as consequências de vivermos em uma cultura midiática?

Daniel Dayan – A midiática da cultura e a cultura midiática são duas coisas diferentes. Além disso, existem simultaneamente várias culturas e várias formas de midiaticar. Como demonstra Appadurai,²¹ é esta multiplicidade que define nossa ecologia cultural.

IHU On-Line – A mídia realmente tem tanta força para fazer transformações tão profundas em nossa sociedade?

Daniel Dayan – Sim, mas, para demonstrar isso, é preciso apelar mais para uma argumentação vinda da história do que da psicologia social. Em outros termos, a enormidade do impacto das mídias consegue paradoxalmente torná-lo invisível.

IHU On-Line – Nesse contexto de crise financeira atual, alguns teóricos falam em desglobalização, que há um freio na retórica da globalização. A midiática ainda teria forças nesse cenário?

Daniel Dayan – A globalização não é simplesmente um caso de retórica, e a desglobalização, ao que me parece, uma questão de voluntarismo. Não é um trem do qual se pode descer na próxima parada. As tentativas de desglobalização podem se revelar elas próprias globais.

IHU On-Line – Que relação o senhor estabelece entre o fenômeno da midiática e a crise financeira internacional? Acredita que a mídia aumenta a crise no sentido de que provoca um sentimento de pânico coletivo?

Daniel Dayan – Há uma relação inevitável desde que a economia repousa sobre um jogo de antecipações da conduta do outro. Deixadas a elas mesmas, as mídias irão evidentemente aumentar a crise e criar pânico. Mas elas podem igualmente adotar o papel que é seu desde as grandes catástrofes: acompanhamento terapêutico da população. Mas este papel pressupõe que se saiba o que fazer.

IHU On-Line – Nesse processo de midiática, que questões são colocadas ao ser hu-

tão, confira e entrevista “As implicações éticas da cosmologia de Platão”, concedida pelo filósofo Prof. Dr. Marcelo Perine à edição 194 da revista **IHU On-Line**, de 04-09-2006. Está em preparação uma edição especial da **IHU On-Line** sobre esse filósofo, a ser publicada em breve. (Nota da **IHU On-Line**)

¹⁹ **Daniel Boorstin**: historiador e sociólogo americano, autor de *The image: a guide to pseudo-events in America* (New York, Athenaeum, 1987). (Nota da **IHU On-Line**)

²⁰ *Gatekeeping*: conceito jornalístico para edição. *Gatekeeper* é aquele que define o que será noticiado de acordo com o valor-notícia, linha editorial e outros critérios. (Nota da **IHU On-Line**)

²¹ **Arjun Appadurai**: antropólogo indiano conhecido pelos seus trabalhos sobre modernidade e globalização. De suas obras, citamos *Dimensões culturais da globalização* (Lisboa: Teorema, 2004). (Nota da **IHU On-Line**)

mano do século XXI e que são cruciais para nossa existência?

Daniel Dayan – Uma vez que cada um de nós não pode nem conhecer o mundo, nem mesmo nossa própria sociedade, nós somos reduzidos a imaginar com os meios que as mídias nos dão. E estes meios de imaginar o mundo são confiáveis?

IHU On-Line – O que os governos devem levar em conta ao formular políticas públicas com base nas transformações e mutações que a sociedade vem sofrendo em função da midiatização?

Daniel Dayan – Entre as várias áreas a serem consideradas, destaco duas aqui:

1 – Os governos devem refletir sobre a deontologia das mídias e sobre as condições nas quais ela pode se exercer. É essencial que a instituição do jornalismo sobreviva e se reforce. Mas, para isso, esta instituição deve continuar credível, o que está longe de ser o caso. Como fugir, então, das diferentes patologias do jornalismo? Meu amigo R. Silverstone escrevia que hoje os jornalistas de-

veriam ser melhores, superiores a nós nos aspectos intelectual e moral. Concordo com ele. Mas penso que uma grande parte dos problemas encontrados pelo jornalismo deve-se mais à ausência de tal superioridade do que às circunstâncias nas quais os jornalistas trabalham. Cultivando uma ética da convicção, substituída por uma ética da responsabilidade; solicitando-se um relativismo pós-moderno, substituído pelas noções de factualidade ou de verdade, os jornalistas se descredibilizam em nome do que eles acreditam ser suas principais virtudes.

2 – Os governos deveriam poder tirar as consequências de uma realidade que as organizações que os combatem conhecem perfeitamente. A maior parte, se não a totalidade das guerras contemporâneas, são ganhas não em campo de batalha, mas nas telas. No campo de batalha, só se conseguem vitórias. Nas telas, ganham-se as guerras, conquistam-se as opiniões públicas. É por esta razão que – para usar uma metáfora de Appadurai – as guerras entre os elefantes e os mosquitos se traduzem geralmente pela vitória dos mosquitos.

Outros jornalismo, outra comunicação

Por Dênis de Moraes

Dênis de Moraes é pós-doutor em Comunicação, pelo Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), e professor do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Autor, entre outros livros, de **Cultura mediática y poder mundial** (Bogotá: Norma, 2005), é organizador de **Sociedade midiaticizada** (Rio de Janeiro: Mauad, 2006) e **Por uma outra comunicação** (São Paulo: Record, 2003). Está no prelo, para ser lançado ainda este ano, o seu livro **A batalha da mídia**.

“Os países mais ricos e as elites dominantes são os que verdadeiramente desfrutam dos acessos, usos e vantagens do excesso de estímulos impressos e audiovisuais. Logo, tanto os usos das tecnologias avançadas quanto a propalada ‘diversidade’ são estratificadas e sob controle, não são para todos”, escreve Dênis de Moraes, em artigo enviado à **IHU On-Line**, publicado na edição 289, de 13 de abril de 2009. Para ele, é impossível ser indiferente a distorções, mazelas e interdições praticadas pela mídia. “Os principais órgãos de difusão dizem representar a vontade geral, quando, em verdade, espelham prioridades mercadológicas e conveniências políticas, econômicas e ideológicas dos grupos privados que os controlam. Tudo isso em detrimento do interesse coletivo, que deveria ser o ponto central a ser observado, principalmente, por veículos que detêm concessões públicas de licenças de rádio e televisão”.

A sociedade atual, indiscutivelmente, está mais informada do que a de 30, 40 anos atrás. Isso se deve a vários fatores, entre os quais a proeminência das tecnologias, particularmente nos campos da comunicação, e da difusão cultural. Sob a

égide da digitalização, multiplicaram-se os sistemas, formatos, linguagens e meios de transmissão, distribuição, circulação, exibição e consumo de dados, sons e imagens. Da mesma forma, a oferta de conteúdos cresceu de maneira exponencial. As tecnologias digitais favorecem a convergência de redes e plataformas numa linguagem única, viabilizando a geração de produtos e serviços que abarcam as interfaces multimídias.

A cultura tecnológica consolidou-se nos marcos da globalização capitalista. As economias e os mercados interligaram-se em rede, beneficiados pelas desregulamentações e privatizações neoliberais nas décadas de 1980 e 1990. A aceleração tecnológica sem precedentes dinamizou as engrenagens tecnoprodutivas da economia capitalista, com aumento substancial da rentabilidade em escala global. No plano da comunicação, o paradigma digital favoreceu a expansão dos serviços de informação e entretenimento, atraiu players internacionais para negócios em todos os continentes, intensificou transmissões em tempo real e instituiu outras formas de expressão, conexão, sociabilidade e circularidade informativa, sobretudo pela internet e pelas redes infoeletrônicas.

Os globalófilos e os neoliberais convictos ou envergonhados proclamam que a humanidade nunca teve tanta “diversidade cultural”. É uma análise parcial e mistificadora. Temos que avaliar quem controla a variedade de oferta, qual é a natureza ideológica de produtos e programações, que margens de pluralismo se observam nos materiais difundidos, quais os seus condicionantes comerciais e mercadológicos, que modalidades de consulta e participação são facultadas às audiências, entre outros quesitos.

Cultura tecnológica, diversidade e exclusão

O quadro é complexo e intrincado. De um lado, há uma profusão de conteúdos industrializados na proporção exigida por canais multimídias em crescimento contínuo. De outro, há uma inversa concentração das fontes emissoras de tais conteúdos em sintonia com a meta de ampliar o valor mercantil e os padrões de acumulação e lucratividade dos conglomerados do setor. Se há uma concentração dessas fontes nas mãos de megagrupos, o que é produzido obedece a uma escala de valores e de visões geralmente restrita às avaliações e conveniências das mesmas fontes controladoras. A “diversidade” apregoada pelos arautos do neoliberalismo está, quase sempre, sob forte controle das fontes de emissão, responsáveis pela mercantilização generalizada da produção simbólica.

No entanto, o acesso aos conteúdos é profundamente desigual. Há grave assimetria entre a expansão dos sistemas tecnológicos e a capacidade de inclusão da base da sociedade nos benefícios decorrentes. Os descompassos estendem-se à internet. Enquanto Estados Unidos e Europa concentram 67% dos usuários, América Latina, que reúne 8% da população mundial e contribui com 7% do PIB global, conta com pouco mais de 4% do total de internautas.²²

Os países mais ricos e as elites dominantes são os que verdadeiramente desfrutam dos acessos, usos e vantagens do excesso de estímulos impressos e audiovisuais. Logo, tanto os usos das tecnologias avançadas quanto a propalada “diversidade” são estratificadas e sob controle, não são para todos. Conforme o Mapa das Desigualdades Digitais, no Brasil os 10% mais ricos usufruem até cinco vezes mais dos benefícios da rede do que os 40% mais pobres da população.²³ Como se deduz, o universo de usuários, por mais que se contem aos milhões, não corresponde à totalidade social, que é paradoxal, desigual e injusta. Totalidade que revela diferentes capitais educacionais, culturais e socioeconômicos. Então, as

consequências negativas de uma sociedade estratificada se projetam no usufruto seletivo e privilegiado de informações, saberes e conhecimentos.

Efeitos e interferências possíveis no campo jornalístico

O cenário que procurei sintetizar acima provoca uma série de efeitos e impactos na práxis jornalística. Costumo dizer que o jornalismo envolve, ao mesmo tempo, a melhor profissão e uma das profissões mais problemáticas do mundo, porque, se nenhuma outra profissão tem a profundidade e a variedade de contatos e trocas com a condição humana como o jornalismo, é forçoso reconhecer que a estrutura empresarial que rege o jornalismo de mercado é profundamente verticalizada e avessa a expressões autônomas e participativas por parte dos jornalistas.

Os mecanismos de controle cresceram enormemente nas empresas de mídia, gerando, como efeito colateral, uma sensível diminuição da possibilidade de interferência autoral dos jornalistas nos produtos e mensagens que elaboram. Resultam daí ambivalências e frustrações. Sem dúvida, há desvios nos processos informativos, provocados, em grande medida, pelo modelo autoritário que rege as relações internas das redações, um modelo intensamente controlador das informações e opiniões veiculadas. A impaciência analítica, porém, manifesta-se quando só se mede a atividade jornalística por equívocos e manipulações. Trata-se, no caso, de achar que só existe um jornalismo, quando existem jornalismo, no plural. As experiências do jornal *Brasil de Fato*, dos sites *Carta Maior* e *Correio da Cidadania* e do *Observatório do Direito à Comunicação* têm alguma coisa a ver com o jornalismo do grupo *O Estado de S. Paulo* e das *Organizações Globo*? Evidente que não. Isso não quer dizer, obviamente, que tudo que se faz no jornalismo do grupo *O Estado de S. Paulo* e das *Organizações Globo* seja ruim.

O que diferencia *Carta Maior*, *Brasil de Fato*, *Correio da Cidadania* e *Observatório do Direito à*

²² Reuters, 28 de março de 2008. (Nota do Autor)

²³ Ver Juliana Anselmo da Rocha, “Mapeada exclusão digital no Brasil”, *Jornal do Brasil*, 7 de agosto de 2007. (Nota do Autor)

Comunicação é que eles produzem um outro tipo de jornalismo, mais insubordinado e comprometido com a crítica ao capitalismo, ao neoliberalismo e às elites dominantes - vale dizer, ao modo de produção elitista e excludente que serve de lastro a modelos verticalizados como os da maior parte das empresas de comunicação.

Um jornalismo mais plural

Quando entramos em contato com veículos contra-hegemônicos e alternativos, verificamos múltiplos enfoques e interpretações sobre acontecimentos e questões sociais, políticas, econômicas e culturais. É um tipo de jornalismo mais plural, mais inclusivo, não mercantilizado e permeável às causas comunitárias e populares. E, no entanto, é jornalismo. E as pessoas que fazem essas publicações são jornalistas. Quem dirige essas redações são jornalistas. Insisto que devemos adotar um raciocínio dialético em relação aos jornalistas e pensar sua práxis de uma maneira abrangente. Os modos de atuação dos jornalistas dentro das corporações podem oscilar, seja por suas posturas, habilidades ou alinhamentos, seja pelas múltiplas experiências vividas, seja por nuances ideológicas, programáticas e mercadológicas nas diretrizes empresariais. Não podemos esquecer que, entre os jornalistas da grande imprensa, existem aqueles que tentam explorar brechas, fissuras e fendas dentro dos próprios aparatos. Com efeito, é fundamental não reduzir o jornalismo como atividade complexa e plural ao tipo de jornalismo com o qual estamos em desacordo, que é aquele jornalismo sob controle ideológico das classes dominantes, faccioso, e que neutraliza ou silencia as manifestações do contraditório.

A crítica à mídia é decisiva, imperiosa e inadiável. Impossível sermos indiferentes a distorções, mazelas e interdições por ela praticadas. Os principais órgãos de difusão dizem representar a vontade geral, quando, em verdade, espelham prioridades mercadológicas e conveniências políticas, econômicas e ideológicas dos grupos privados que os controlam. Tudo isso em detrimento do interesse coletivo, que deveria ser o ponto cen-

tral a ser observado, principalmente, por veículos que detêm concessões públicas de licenças de rádio e televisão.

Reivindico apenas que tenhamos um olhar abrangente e equilibrado sobre a produção jornalística. Não percamos de vista que o jornalismo, por definição, é uma atividade que, a despeito de limitações e coerções, tem a ver com a liberdade de expressão e a diversidade, estando em contato privilegiado com a condição humana, a partir de uma relação febril com a realidade social. O fascínio pelo jornalismo está, a meu ver, associado à sua relação com aspirações, vicissitudes e expectativas dos homens concretos, como também à possibilidade de traduzir em textos, sons e imagens os acontecimentos sociais, econômicos, políticos e esportivos, os conflitos humanos, as criações culturais, o entretenimento, os fatos da vida cotidiana etc.

Devemos manter o espírito crítico aceso com relação aos desvios e manipulações cometidas pelos veículos de massa, mas não podemos esquecer que existem outros jornalismo. E quando me refiro a outros jornalismo não estou me referindo apenas ao jornalismo contra-hegemônico em sentido estrito; existem vários outros jornalismo: comunitário, sindical, estudantil... Há revistas e jornais alternativos, sites, portais, rádios e TVs comunitárias, universitárias e educativas, agências de notícias independentes, ONGs, coletivos de produção independente, o jornalismo dos movimentos sociais. Há uma pluralidade que precisa ser contemplada na análise, e nós não podemos confundir os vários jornalismo diante de nós com o jornalismo problemático da grande mídia.

Tecnicismo e formação humanística

É essencial procurar interferir nos múltiplos cenários que envolvem a atividade jornalística. A começar pela formação dos novos jornalistas, tentando superar insuficiências no ensino de jornalismo. Com frequência preocupante, há uma valorização excessiva do tecnicismo em detrimento de uma formação mais humanística. Sem falar no desaparecimento tecnológico da maioria das uni-

versidades numa era de comunicação multimídia, fenômeno que afeta, sobretudo, as universidades públicas – muitas delas não dispõem de orçamentos, equipamentos e condições de trabalho condizentes com as atuais exigências de qualificação.

É urgente modificar as legislações de comunicação no Brasil, alterando o regime de concessões de licenças de rádio e televisão. Tal providência se impõe tanto para coibir o clientelismo político e abrir oportunidades a canais comunitários e a uma comunicação pública não governamental quanto para ampliar os mecanismos democráticos de controle social sobre as empresas concessionárias. Melhorar a qualidade de programação da televisão aberta também passa pela contenção da obsessão mercantil das emissoras. Investimentos em meios não mercantilizados podem fortalecer veículos alternativos, comunitários e populares,

bem como a produção cultural independente e crítica.

Apesar dos obstáculos, há chances de evoluirmos para exercícios mais instigantes do jornalismo, aproveitando ferramentas e ecossistemas digitais e desenvolvendo formas colaborativas e descentralizadas de produção informativa e cultural, especialmente através do trabalho em rede e de ações compartilhadas. Em busca de outros jornalismo possíveis, devemos reunir projetos convergentes e mobilizar energias criativas e consciências interpeladoras para fazer reviver a inquietação diante de um mundo reificado, pois foi esta inquietação que motivou tantos de nós, quando jovens, a escolher o jornalismo não apenas como profissão, mas também como destino histórico para nossos espíritos indomáveis.