

FACOS-UFSM

**MIDIATIZAÇÃO, POLARIZAÇÃO
E INTOLERÂNCIA
(ENTRE AMBIENTES, MEIOS E CIRCULAÇÕES)**



**Jairo Ferreira
Antônio Fausto Neto
Pedro Gilberto Gomes
José Luiz Braga
Ana Paula da Rosa
(Orgs.)**



Este livro é um dos resultados do III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais, realizado em 2019. O III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais teve uma programação desenvolvida em dois níveis: Mesas de Debate, com pesquisadores convidados (5 mesas, com participação de pesquisadores da França [3], Argentina [2], Alemanha [1] e brasileiros [5]). A programação do III Seminário e sua estrutura podem ser vistas em <https://www.midiaticom.org/seminario-midiatizacao/grade-de-programacao-2019/>.

No total, foram 15 horas de debates nas cinco Mesas. Metodologicamente, o Seminário se realiza na articulação de Mesas de Debates com convidados internacionais e Grupos de Trabalho, com a presença de pesquisadores, doutores, doutorandos, mestres e mestrandos.

Destacamos que, ainda no âmbito dos processos formativos, mestrandos e doutorandos, mestres e doutores, pós-doutorandos e pós-doutores egressos e integrantes do Grupo de Pesquisa organizador participaram como pareceristas, em avaliação cega, dos resumos expandidos submetidos por formandos em titularidade inferior à sua – sob coordenação dos professores pesquisadores do Grupo Mídia e Processos Sociais. Estes avaliaram (num grupo de mais de três dezenas de pareceristas) cada um dos trabalhos submetidos por colegas com formação em nível inferior, com notas classificatórias, que resultaram nos trabalhos aprovados. Esses foram depois agrupados pela Comissão Organizadora, de forma sucessiva, até chegar aos grupos de trabalho do evento.

(Continua na aba da contracapa)

**MIDIATIZAÇÃO,
POLARIZAÇÃO E INTOLERÂNCIA
(ENTRE AMBIENTES, MEIOS E CIRCULAÇÕES)**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA



UFSM

Reitor Paulo Afonso Burmann

Vice-reitor Luciano Schuch

Diretor do CCSH Mauri Leodir Löbler

Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação Rodrigo Stefani Correa

Título Miatização, polarização e intolerância
(entre ambientes, meios e circulações)

Organizadores Jairo Ferreira
Antônio Fausto Neto
Pedro Gilberto Gomes
José Luiz Braga
Ana Paula da Rosa

Tradução Andrea da Rosa

Revisão Luís Marcos Sander

Diagramação Casa Leiria

Imagem da capa Criada pelo Comitê Técnico deste livro a partir da modificação, com uso de softwares de edição, da imagem *Strange attractor Lorenz*, de domínio público, disponível em: <http://www.astronoo.com/en/articles/chaos-theory.html>.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

FACOS-UFSM

Comissão Editorial Ada Cristina Machado Silveira (UFSM)
Eduardo Andres Vizer (UBA)
Eugenia Maria M. da Rocha Barrichelo (UFSM)
Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)
Gisela Cramer (UNAL)
Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)
Marina Poggi (UNQ)
Monica Marona (UDELAR)
Paulo Cesar Castro (UFRJ)
Sonia Rosa Tedeschi (UEL)
Suzana Bleil de Souza (UFRGS)
Valdir José Morigi (UFRGS)
Valentina Ayrolo (UNMDP)
Veneza Mayora Ronsini (UFSM)

Comitê Científico Anne Kaun (Södertörn University)
Heike Graf (Södertörn University)
Isabel Löfgren (Södertörn University)
Michael Forsman (Södertörn University)
Mihaela Tudor (Montpellier III)
Natalia Raimondo Anselmino (UNR)
Stefan Bratosin (Montpellier III)
Tiago Quiroga (UnB)

Comitê Técnico Profa. Dra. Sandra Depexe (UFSM)
Dda. Camila Hartmann (UFSM)
Ddo. João Damásio (UNISINOS)
Dda. Luisa Schenato Staldoni (UNISINOS)
Ddo. Angelo Neckel (UNISINOS)
Ddo. Dinis Ferreira Cortes (UNISINOS)
Ddo. Mauricio Fanfa (UFSM)
Gda. Sofia Roratto
Mda. Alexandra Martins Vieira (UFSM)
Mdo. Jean Silveira Rossi (UFSM)
Mdo. João Vitor da Silva Bitencourt (UFSM)
Mdo. Guilherme Martins Batista (UNISINOS)

Jairo Ferreira
Antônio Fausto Neto
Pedro Gilberto Gomes
José Luiz Braga
Ana Paula da Rosa
(Organizadores)

**MIDIATIZAÇÃO,
POLARIZAÇÃO E INTOLERÂNCIA
(ENTRE AMBIENTES, MEIOS E CIRCULAÇÕES)**

**FACOS-UFSM
SANTA MARIA-RS
2020**

Midiatização, polarização e intolerância (entre ambientes, meios e circulações)

O presente trabalho foi realizado com apoio de:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)
Código de Financiamento 001

CNPq – Chamada ARC nº 06/2018 – Processo 403952/2018-2



**SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE
PESQUISAS EM MIDIATIZAÇÃO E
PROCESSOS SOCIAIS**

M629 **Midiatização, polarização e intolerância (entre ambientes, meios e circulações) [recurso eletrônico] / Jairo Ferreira...[et al.] (organizadores).** - Santa Maria: FACOS - UFSM, 2020.

Disponível em: <<http://www.guaritadigital.com.br/facos-ufsm/midiatizacao/index.html> >

ISBN 978-85-8384-100-5

1. Comunicação. 2. Midiatização e sociedade. 3. Midiatização – Processos sociais. 4. Comunicação e política. 5. Epistemologias da midiatização. I. Ferreira, Jairo (Org.).

CDU 316.774

Ficha catalográfica elaborada por
Carla Inês Costa dos Santos – CRB 10/973



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

SUMÁRIO

11 APRESENTAÇÃO

Os organizadores

15 MEDIAÇÃO E MEDIATIZAÇÃO

Juremir Machado da Silva

PARTE I EPISTEMOLOGIAS

23 DA MEDIATIZAÇÃO À MEDIATIZAÇÃO PROFUNDA

Andreas Hepp

**39 MEDIATIZAÇÃO, INTERAÇÕES E PRÁTICAS
EDUCACIONAIS: UM ESBOÇO A PARTIR DA SALA DE
AULA**

Luís Mauro Sá Martino

**53 MEDIATIZAÇÃO E VIRTUALIDADE NAS CIÊNCIAS
HUMANAS: UMA ENCRUZILHADA ANUNCIADA**

Tiago Quiroga

**77 MEDIATIZAÇÃO, SOCIEDADE E SENTIDO: CONCEITOS
TRANSVERSAIS**

Pedro Gilberto Gomes

**89 EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO,
NEOMATERIALISMO E CULTURA DIGITAL**

André Lemos

107 MEDIATIZAÇÃO DAS EMOÇÕES COLETIVAS

Jacques A. Wainberg

PARTE II ACONTECIMENTOS

**123 COLECTIVOS, CIRCULACIÓN DE DISCURSOS
SOCIALES Y MOVILIZACIÓN CIUDADANA: EL CASO
#ROSARIOSANGRA**

Natalia Raimondo Anselmino

149 A MUDIATIZAÇÃO DO MOVIMENTO “COLETES AMARELOS”: RELIGIÃO E POLÍTICA

Stefan Bratosin

Mihaela Alexandra Tudor

167 VIGIAR OS VIGILANTES: ANALÍTICA DA MUDIATIZAÇÃO E DA NOTICIABILIDADE

Ada C. Machado da Silveira

187 A IMAGEM EM CIRCULAÇÃO: ESTILHAÇANDO O OLHAR E A MEMÓRIA

Ana Paula da Rosa

209 TRAJETÓRIAS DO CORONAVÍRUS E INTERPENETRAÇÕES DE DISCURSOS SOCIAIS

Antônio Fausto Neto

**PARTE III
POLARIZAÇÕES**

233 CONTRIBUIÇÃO COMPLEMENTAR À REFLEXÃO INICIADA NO SEMINÁRIO SOBRE A MUDIATIZAÇÃO

Bernard Miège

249 INDIVIDUOS, COLECTIVOS Y POLARIZACIÓN EN LA INESTABLE SITUACIÓN GENERADA POR LA MEDIATIZACIÓN Y CIRCULACIÓN CONTEMPORÁNEA DEL SENTIDO

Mario Carlón

275 ENTRE MEIOS: O LUGAR DA MUDIATIZAÇÃO

Lucrecia D'Alessio Ferrara

297 POLARIZAÇÃO COMO ESTRUTURA DA INTOLERÂNCIA (UMA QUESTÃO COMUNICACIONAL)

José Luiz Braga

317 HIPÓTESES SOBRE POLARIZAÇÃO, MUDIATIZAÇÃO E ALGORITMOS

Jairo G. Ferreira

339 AUTORES

349 ÍNDICE REMISSIVO

Apresentação

Este livro é um dos resultados do III Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais, realizado em 2019. O III Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais teve uma programação desenvolvida em dois níveis: Mesas de Debate, com pesquisadores convidados (5 mesas, com participação de pesquisadores da França [3], Argentina [2], Alemanha [1] e brasileiros [5]). A programação do III Seminário e sua estrutura podem ser vistas em <https://www.midiaticom.org/seminario-midiatizacao/grade-de-programacao-2019/>.

No total, foram 15 horas de debates nas cinco mesas. Metodologicamente, o Seminário se realiza na articulação de Mesas de Debates com convidados internacionais e Grupos de Trabalho, com a presença de pesquisadores, doutores, doutorandos, mestres e mestrandos.

Destacamos que, ainda no âmbito dos processos formativos, mestrandos e doutorandos, mestres e doutores, pós-doutorandos e pós-doutores egressos e integrantes do Grupo de Pesquisa organizador participam como pareceristas, em avaliação cega, dos resumos expandidos submetidos por formandos em titularidade inferior à sua – sob coordenação dos professores pesquisadores do Grupo Mdiatização e Processos Sociais. Estes avaliaram (num grupo de mais de três dezenas de pareceristas) cada um dos trabalhos submetidos por colegas com formação em nível inferior, com notas classificatórias, que resultaram nos trabalhos aprovados. Esses foram depois agrupados pela Comissão Organizadora, de forma sucessiva, até chegar aos grupos de trabalho do evento.

A média de submissões aos Grupos de Trabalho nos três eventos realizados é de 200 resumos ampliados, distribuí-

dos entre professores pesquisadores (em torno de 20%), doutores e doutorandos (cerca de 30%), mestres e mestrandos (idem, 30%) e graduados e graduandos (20%). Mais de 50% dos participantes são de estados fora do Rio Grande do Sul, e a maioria esmagadora (cerca de 80%) de fora da Unisinos.

Entre os seus resultados, além dos processos formativos no curso de sua realização, acentuamos a consolidação em uma biblioteca de reflexões, em formato de artigos completos das apresentações em GTs e livros, publicados no formato de e-book (com capítulos produzidos pelos participantes das Mesas de Conferências). Os resumos ampliados deste III Seminário estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/issue/view/12>. Os artigos completos estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/issue/view/5>.

Este livro das Mesas de Debates do III Seminário, desta edição em e-book, está disponibilizado não só no acervo do projeto (<https://www.midiaticom.org/e-books/>), mas também da FACOS UFSM (<https://www.ufsm.br/editoras/facos/publicacoes/>). Reiteramos os nossos agradecimentos a Capes e CNPq pelo auxílio financeiro, essencial para a viabilização desta proposta de conversação a partir de pesquisas, teóricas e empíricas, realizadas por seus participantes.

Neste III Seminário, o tema das Mesas foi “Polarização, Intolerância, Homofilia e Incivilidade”. Esses temas vêm referenciando parte das pesquisas sobre os processos de interação nas redes digitais que acentuam os processos de polarização política, econômica e cultural. Nesta perspectiva, o debate ocorreu a partir das inferências produzidas pelos pesquisadores das linhagens do Sul, do Norte e também de outras perspectivas epistemológicas (conforme convidados nacionais: mediações, semiótica, cibercultura, comunicação e política e epistemologia da comunicação). Pretendeu-se, nessas triangulações, adicionar percepções e reflexões mais produtivas para a compreensão dos fenômenos empíricos relacionados à temática, tensionando as pesquisas que se realizam a partir das epistemologias da mediação.

O livro apresenta isso em três partes (não correspondentes às mesas, mas sim privilegiando angulações apresentadas): a) recortes epistemológicos; b) acontecimentos midiáticos; c) e foco precisamente na polarização. Em cada uma das partes, há autores nacionais e estrangeiros (da Alemanha, França e Argentina).

Os organizadores

Mediação e midiatização

Mediation and mediatization

Juremir Machado da Silva

Um seminário que se transforma em livro. Um livro que passa a existir como realização de uma ideia. Tema: a midiatização. Na sua famosa tese 4, o francês Guy Debord denunciou: “Le spectacle n’est pas un ensemble d’images, mais un rapport social entre des personnes, médiatisé par des images” (1992, p. 4). Antes de Debord, esse tema suscitava debates. Depois, mais ainda. Tudo é mediado, tudo é midiatizado, tudo é redimensionado, tudo é manipulado, tudo é espetacularizado, nada é vivido diretamente. Como sempre, duas grandes correntes de interpretação, grosseiramente falando, formam-se para espanto ou tédio: uma denuncia o excesso de poder da mídia; a outra, relativiza. Uma fala das perdas, da colonização das consciências, da banalização das coisas, do entretenimento transformado em artigo principal da existência esvaziada. A outra zomba desse medo permanente das novas tecnologias e mostra progressos, conquistas, vantagens, avanços e mutações civilizacionais positivas.

Há dois anos, andando pelas ruas de Porto Alegre com meu amigo Pierre Lévy, entusiasta das mudanças tecnológicas e especialista da “cibercultura”, ele falava dos transportadores de água que foram um dia eliminados pela água encanada. Alguém lembra deles? Alguém recusaria os encanamentos para salvar tantos profissionais do desemprego? Na midiatização há mais do que mediação, informação, entretenimento, formação e opinião. O quê? Talvez indução, condicionamento, dominação, controle, definição de um modelo de comportamento. A mídia não é apenas um instrumento de informação e de entretenimento, mas também, ou principalmente, um sistema de hierarquia social e de produção de sentidos. Novas tecnologias surgem. Com elas, velhos medos, novas angústias, aspectos inéditos de polê-

mica: os objetos devem ter o mesmo estatuto dos humanos? O cético responde: se os humanos quiserem. É claro que é mais complicado do que isso, mais sofisticado, mais denso, mais rico.

Houve um tempo em que a grande pergunta era esta: o que a mídia faz com a gente? Tantos deram respostas. Cada resposta convenceu por algum tempo. Depois, foi abandonada. Aí se mudou a pergunta: o que a gente faz com a mídia? Tudo parecia resolvido com essa inversão. Foi uma época feliz. A recepção era mais forte do que a emissão. Sobreveio o cansaço, voltou a dúvida. Tentou-se uma terceira pergunta mais complexa e sinuosa: o que a gente faz com o que a mídia faz com a gente? Já passou. Outras formulações são possíveis: o que a gente faz com a mediação? O que fazemos com a midiaticização? Quem está no comando? Uma resposta possível é esta: todos. Ou ninguém. A borboleta cede lugar ao vírus. Antes, nos bons tempos, dizia-se que o bater de asas de uma borboleta na China repercutia em qualquer parte do mundo. A tese está confirmada. Sem a borboleta. E sem culpar os chineses pelas tragédias que a história nos oferece. Cada tempo com a sua tragédia e a sua agonia.

Alguém ganha com a midiaticização? Ou se trata de um jogo de soma zero? Ou, como gostam os otimistas do mercado, um ganha-ganha? Quando o espetáculo deixa de ser um conjunto de imagens para ser um modo de vida, uma “relação social entre pessoas”, algo já se quebrou. Nunca mais viveremos sem uma tela de permeio. Nunca mais sairemos da representação, que pode ser, ao mesmo tempo, delegação e encenação. Teria a vida se tornado uma imensa e permanente *fake news*, positiva, elogiável, aceitável, confortável, suave, enfim, uma mentira sincera para dormir? Uma maneira clássica de eliminar essas provocações incômodas é dizer que sempre foi assim, que nunca existiu essa “idade de ouro” da vida sem mediação, praticada diretamente, sem representação nem teatralização. Sem falsificação.

Funciona como argumento. Por uma semana. Depois, alguém aplica o antídoto de igual proporção e eficácia: nunca há nada de novo no *front*. Os artigos deste livro organizado por Jairo Ferreira despertam instintos, acordam pensamentos, geram impasse. São tantos nomes importantes, nacionais e internacionais, refletindo sem amarras. Li, reli, observei diferentes aspectos. Um deles, bastante secundário em relação à riqueza

de posicionamentos e do referencial bibliográfico, chamou-me a atenção: o número de citações de revistas acadêmicas. Mais uma vez, concluí teimosamente: não citamos revistas. Citamos livros. Mais do que isso, citamos autores consagrados publicados em livros. O que há de errado nisso? Em princípio, nada. Mas parece que a ciência, a dita “verdadeira ciência”, só crê em revistas. No máximo, tolera livros, enquanto não consegue se livrar deles. Precisamos da mediação dos editores e da legitimação prévia dos pares tão cegos quanto a justiça. E se isso for uma confissão de impotência científica, a afirmação de que não temos instrumentos para medir o valor de um texto? Não temos como apresentar o grau de eficácia e segurança do nosso produto. Nossa vacina é aberta. Em contrário, bastaria cada um pendurar o seu artigo num *site* pessoal ou institucional e esperar o julgamento seguro, lento ou apressado, justo ou temerário, dos pares. Não poderia haver muita variação de juízo. Afinal, todos dominam as mesmas ferramentas e os mesmos parâmetros.

Mas somos uma ciência argumentativa e consequencialista. As nossas verdades dependem de muitos fatores instáveis. Não sabemos a razão de um irmão virar liberal e o outro marxista tendo ambos recebido a mediação do mesmo processo educativo, nas mesmas condições de formação. Aderir a um discurso, a uma matriz, a uma narrativa, porém, tem consequências: o mundo de quem escolhe é afetado. A pessoa viverá de uma maneira e não de outra. A midiaticização não deixa de ser uma oferta de sentido capaz de funcionar. O problema são as tantas variações. Daí, talvez, em se tratando de mundo acadêmico, a possibilidade de uma “teoria do pedágio”. Melhor dito, mais modestamente, uma “hipótese do pedágio”. E se fosse o caso, como querem as concessionárias de pedágio no Brasil, de fechar todas as rotas de fuga: livros, revistas internacionais, publicações na Amazon, etc. Bloquear tudo aquilo que escapa do controle da mediação autorizada. Hipótese, como talvez dissesse Jean Baudrillard, patafísica.

Curioso sistema baseado em publicação sem que existam pontos objetivos para quem banca as publicações. Sistema que desvaloriza até certo ponto livros e ensaios, mas se legitima citando ensaístas (quase todo filósofo é um ensaísta, ou não?). O que tem isso a ver com o livro sobre midiaticização em

tela? A tela. E o livro. Ler André Lemos, Fausto Neto, José Luiz Braga, meu colega Jacques Wainberg, Luís Mauro Martino, Lucrécia Ferrara, Tiago Quiroga, Ada Machado Silveira, Pedro Gilberto Gomes, Ana Paula Rosa, Stefan Bratosin, Bernard Miège e tantos outros pesquisadores, todos revolvendo o tema da mediação, produz uma convulsão: somos cientistas ou intelectuais? O que isso muda? A ciência social não é um conjunto de teses e demonstrações, mas uma relação social entre pessoas [cientistas? Intelectuais?] mediada (mediatizada?) por ideias e avaliações subjetivas? Como sabemos que quando dizemos “consistente” há consistência, de fato, no objeto classificado como tal? Ou nossa tranquilidade é estatística: nove em dez, em parecer cego, classificariam como consistente aquilo que eu também vi como tal? Falar dessas coisas, patafísicas, não deve ofender quem quer que seja. No máximo, espantar. Ou, mais útil, fazer rir. Mas fica a hipótese suave, sem pretensão de ferir ou polemizar: e se fosse a hora de valorizar fortemente todos os textos, especialmente os livros, como este, numa ode à expressão, ao cruzamento de ideias, dando tempo para que o melhor fique, o pior passe, o inútil caia no esquecimento e o trigo se separe do joio, com o perdão do clichê, inclusive o clichê deste pedido de perdão?

A mediação é uma relação social. Acabei pensando em como se fundamenta a relação social mediadora, ou o que lhe dá realce e sentido, mediatizando-a nos espaços qualificados da objetividade científica. Trabalhamos em sala de aula as ideias de autores como Gilles Deleuze, Michel Foucault e Pierre Bourdieu. Somos, porém, capazes de aplicá-las ao nosso fazer? Ou em nossas mediações (pulo sem parar de mediação para mediação) nunca há vigilância e tentativa de controle de “campo”? Quanto ao resto, só se ganhará lendo este livro sobre mediação. Faz pensar. Não há resultado sem simulação. Não há simulação sem resultado. O livro é uma tecnologia do imaginário. Faz parte de um imaginário tecnológico. Tem uma história. A sua publicação está, enfim, ao alcance de todos.

Na tese 66, Debord foi poeta, radical e profeta, o que, segundo alguns, dá no mesmo: “Le spectacle ne chante pas les hommes et leurs armes, mais les marchandises et leurs passions” (1992, p. 43).

Nós cantamos o quê?

Espero que a tolerância e o pluralismo tratados por José Luiz Braga no seu artigo desta obra que vem de um encontro de vozes e dissonâncias.

A mediação pode mais ser relevante do que a mediação.

Referências

DEBORD, Guy. *La société du spectacle*. Paris: Gallimard, 1992.

PARTE I
EPISTEMOLOGIAS

Da mediação à mediação profunda

From mediatization to deep mediatization

Andreas Hepp

RESUMO: A mediação se refere à relação entre a transformação da mídia e da comunicação, de um lado, e da cultura e da sociedade, do outro. Partindo dessa abordagem inicial do conceito de mediação, este artigo tem um objetivo triplo. Primeiro, ele começa traçando uma explicação mais detalhada sobre a mediação. Em segundo lugar, passa a descrever seu estágio atual como de mediação profunda e, por fim, discute a necessidade de estender a perspectiva da pesquisa da mediação para a da *feitura* ou do *fazer* de uma mediação profunda. Isso é necessário porque, com a mediação profunda, novos tipos de coletividades se tornaram forças motrizes para a mudança. Atores de comunidades pioneiras, como o Movimento *Quantified Self*, o Movimento *Maker* e o Movimento *Hacks / Hacker*, são usados como exemplos.

PALAVRAS-CHAVE: Mediação. Transformação. Ambiente midiático. Datificação. Movimentos sociais. Comunidades pioneiras.

ABSTRACT: Mediatization refers to the relationship between the transformation of media and communication on the one hand and culture and society on the other. Starting from this initial approach to the concept of mediatization, this article has a threefold objective. First, it begins by outlining a more detailed explanation of mediatization. Second, it goes on to describe its current stage as one of deep mediatization, and finally it discusses the necessity of extending the perspective of mediatization

research to that of the *making* of a deep mediatization. This is necessary because with deep mediatization new kinds of collectivities have become driving forces for change. Actors within pioneer communities such as the Quantified Self Movement, the Maker Movement and the Hacks/Hacker Movement are harnessed as examples.

KEYWORDS: Mediatization. Transformation. Media environment. Datafication. Social movements. Pioneer communities.

1. Introdução

A midiatização se refere a uma experiência que todos conhecem em seu dia a dia: as mídias (digitais) saturam, cada vez mais, os domínios da sociedade, os quais estão mudando com isso. Mais especificamente, a midiatização se refere à relação entre a transformação dos meios e da comunicação, de um lado, e da cultura e da sociedade, do outro (COULDRY; HEPP, 2013, p. 197). No que se refere à experiência cotidiana, pode-se dizer que a midiatização tem efeitos tanto quantitativos quanto qualitativos. As observações quantitativas se preocupam com a proliferação das mídias na sociedade. Isso pode ser medido temporalmente (os meios estavam disponíveis apenas em determinados horários do dia, e agora podem ser acessados 24 horas por dia), especialmente (os meios, no passado, eram frequentemente estáticos, e agora estão acessíveis em mais lugares) e socialmente (nossas práticas sociais estão cada vez mais enredadas e aumentadas por uma variedade de mídias). Alguns estudiosos dos meios argumentam que essas transformações permeiam todos os domínios sociais, que os meios se tornaram tão difundidos que podemos falar da midiatização de tudo (LIVINGSTONE, 2009, p. 1). Uma análise qualitativa da midiatização concentra sua atenção, tanto empírica quanto teoricamente, nas consequências específicas da saturação da vida cotidiana pelas mídias e em que medida isso afeta a mudança social e cultural (para uma introdução geral, ver LUNDBY, 2014). Crucialmente, a pesquisa sobre midiatização não lida com os efeitos do conteúdo individual das mídias, mas sim com as maneiras pelas quais a sociedade e as práticas humanas são transformadas pela onipresença cada vez maior dos meios.

Tomando essa definição como ponto de partida, desejo delinear a seguir uma explicação mais detalhada sobre a midiatização. Com base nisso, explicarei por que devemos considerar o estágio atual da midiatização como um estágio de midiatização *profunda*. Finalmente, discuto a necessidade de estender a perspectiva da pesquisa da midiatização para o da *feitura* da midiatização profunda. Isso é necessário porque, com a midiatização profunda, novos tipos de coletividades se tornaram forças motrizes para a mudança, e atores de comunidades pioneiras como o Movimento *Self Quantified*, o Movimento *Maker* ou o Movimento *Hacks/Hacker* do jornalismo pioneiro são usados como exemplos.¹

2. Uma descrição mais detalhada da midiatização

A midiatização pode ser entendida como um conceito sensibilizador (JENSEN, 2013, p. 206). Um conceito de sensibilização dá ao usuário um senso geral de referência e orientação na abordagem de instâncias empíricas (BLUMER, 1954, p. 7) e chama nossa atenção para as mudanças (presentes) na cultura e na sociedade. Nestes termos, a midiatização nos sensibiliza para as mudanças fundamentais que vivenciamos no contexto do nosso ambiente midiático (cf. HEPP; HASEBRINK, 2017). Primeiro, somos confrontados com a crescente *diferenciação* dos meios conforme a quantidade de mídias com que nos defrontamos aumenta rapidamente e mais e mais artefatos se tornam dispositivos de mídia. A infraestrutura da Internet traz consigo o aumento da *conectividade* dos meios, e o advento das comunicações móveis incentivou a *onipresença* da mídia. O ambiente de mídia contemporâneo é caracterizado por um ritmo crescente de *inovação*, à medida que a sequência de inovações importantes no campo da tecnologia de mídias se acelerou significativamente nos últimos 30 anos. Como consequência de sua digitalização, os meios de comunicação não são mais apenas meios de comunicação, mas também geradores de quantidades abundantes de dados que le-

1 Este artigo é baseado em argumentos do meu livro *Deep Mediatization* (Routledge, 2020). Uma versão anterior foi apresentada no III Seminário Internacional de Midiatização e Processos Sociais da UNISINOS, São Leopoldo - RS, em maio de 2019.

vam à intensificação da *datificação* do uso dos meios de comunicação. A terminologia da *mediatização* complementa a linguagem mais geral da *mediação* e nos sensibiliza para a transformação contínua das tendências fundamentais de nosso ambiente midiático cotidiano.

No entanto, os conceitos de sensibilização que são usados para enfatizar certos fenômenos devem ser complementados por outras ferramentas analíticas para garantir que apreendê-los com mais rigor seja um processo direto. Os princípios analíticos essenciais da pesquisa sobre *mediatização* podem ser encontrados nas tradições institucionalista e socioconstrutivista (COULDRY; HEPP, 2013, p. 195-198), mas a maneira pela qual o trabalho conceitual de *mediatização* é feito difere entre as duas. Simplificando, a tradição institucionalista encontra suas raízes na pesquisa dos meios de comunicação de massa que entendia os meios como uma instituição independente, com seu próprio conjunto de regras; portanto, levando isso em conta, a *mediatização*, para os institucionalistas, refere-se às maneiras pelas quais diferentes campos sociais podem se adaptar a essas regras institucionalizadas. A tradição socioconstrutivista, por outro lado, destaca o papel que vários meios desempenham na construção comunicativa da realidade social e aborda a ideia de *mediatização* para analisar as maneiras pelas quais os meios podem operar em todo esse processo.

As pesquisas realizadas na *tradição institucionalista* enfocam o papel que os meios (entendidos como uma instituição social) desempenham ao influenciar outras áreas da cultura e da sociedade que são aparentemente externas a eles, um processo muitas vezes denominado *lógica da mídia*. Originalmente cunhado por David Altheide e Robert Snow, em 1979, a *lógica da mídia* descreve a influência que formatos distintos de mídia de massa têm em outras áreas da sociedade, como a política ou a religião, por exemplo. Mais recentemente, a *lógica da mídia* tem sido utilizada de forma mais ampla e é frequentemente pluralizada para levar em consideração a existência de muitas *lógicas de mídia* (para uma visão geral, consulte STRÖMBÄCK; ESSER, 2014; THIMM; ANASTASIADIS; EINSPÄNNER-PFLOCK, 2018). A *mediatização* pode ser vista como responsável por introduzir uma certa *lógica da mídia* como uma forma de encenar, apresen-

tar e selecionar em outras áreas da sociedade, fazendo com que a linguagem da(s) lógica(s) da mídia atue como uma metáfora e abreviatura para os vários *modi operandi* que caracterizam o funcionamento das mídias (HJARVARD, 2017, p. 11). Normalmente, a lógica da mídia se conecta a conceitos analíticos mais específicos, como as formas de interação da mídia e suas regras organizacionais e como elas moldam a comunicação em outras instituições sociais, e como suas possibilidades tecnológicas moldam o uso da mídia. A influência da mídia não é conceituada como um efeito (mais ou menos direto), e os atores não midiáticos trazem consigo sua(s) própria(s) lógica(s) que, por sua vez, têm o potencial de trabalhar contra a(s) lógica(s) da mídia, resultando em inércia e resistência, apesar das transformações no ambiente midiático.

Em contraste com isso, a *tradição socioconstrutivista* enfatiza o papel que os meios desempenham na construção comunicativa da realidade social e cultural e explora, predominantemente, a midiaticização a partir da perspectiva dos atores cotidianos (KNOBLAUCH, 2013; KROTZ, 2014). Os pesquisadores desta tradição questionam como nossas práticas culturais e sociais são alteradas quando estão emaranhadas com os meios. Aqui, podemos ver mais uma forma de teorizar a influência que a mídia pode ter, ou seja, considerá-la como um meio de comunicação que molda nossas práticas por meio de processos de institucionalização e materialização (COULDRY; HEPP, 2017, p. 32). A *institucionalização* pode ser explicada da seguinte forma: as práticas cotidianas, falar, trabalhar, brincar são, até certo ponto, estabilizadas em sua forma social pela presença (sempre crescente) da mídia em nossas vidas e é por meio dessa alteração da vida cotidiana que a mídia influencia nossa construção da sociedade. Isso anda de mãos dadas com a *materialização*, o que significa que as próprias práticas sociais estão inscritas nas tecnologias de mídia que usamos e nas infraestruturas que as alojam. O software *Messenger*, por exemplo, materializa uma certa maneira de falar por meio de sua interface de usuário baseada em software. Essas influências, entretanto, não andam em uma única direção, mas se movem ciclicamente. Dentro de cada domínio social existe uma *orientação na prática cotidiana* que pode ou não ser alterada pela mídia. Considere a família, por exemplo,

ou a escola; dentro dessas esferas sociais são construídas certas práticas que permitem que essas instituições funcionem mais ou menos apropriadamente. No entanto, essas práticas são duradouras e, até certo ponto, renitentes; a difusão da mídia é, de fato, capaz de afetar ou alterar essas práticas, mas, em última análise, é improvável que algum dia as transforme completamente. Essa inércia, esse vaivém da prática construtiva, significa que as orientações, na prática cotidiana, têm o potencial de resistir e até alterar as próprias mídias.

Apesar de vir de origens disciplinares divergentes e aplicar abordagens diferentes para a conceitualização da midiatização, pesquisadores de ambas as tradições têm se aproximado em sua compreensão e aplicação do termo (HEPP; HJARVARD; LUNDBY, 2015). Em primeiro lugar, ambas veem a midiatização como um processo de transformação de longo prazo que é acompanhado por outros processos de mudança de longo prazo, como individualização, globalização e comercialização. Isso contrasta, como já se enfatizou, com o termo *mediação*, que apreende um momento comunicativo muito geral, a saber, como a comunicação faz a mediação, ou intervém, entre múltiplos atores (cf. SILVERSTONE, 2005). Em segundo lugar, ambas as tradições compartilham a posição de que a midiatização não opera da mesma maneira em todos os domínios sociais (comunidades, organizações, etc.). Ao contrário, a forma específica como a midiatização ocorre difere significativamente de um domínio social para outro (LUNT; LIVINGSTONE, 2016, p. 465). É por essa razão que a pesquisa empírica sobre midiatização é sempre uma forma contextualizada de pesquisa, com o objetivo de descrever (e criticar) formas específicas de midiatização. Terceiro, ambas as tradições se concentram na maneira como a mídia, como meio de comunicação, muda ou transforma a cultura e a sociedade. Portanto, seus interesses não são os efeitos do conteúdo da mídia e outras manifestações mais diretas da influência da mídia (HJARVARD, 2017, p. 1-3), mas fenômenos fundamentais que estimulam a mudança em áreas individuais da sociedade paralelas à transformação da mídia e da própria comunicação. Em quarto e último lugar, é prática comum considerar a percepção como uma faceta dessas transformações: enquanto as pessoas orientam suas práticas para o que esperam que seja a influência da

mídia, a mídia terá uma influência, embora indireta, na mudança das práticas (NÖLLEKE; SCHEU, 2018).

3. Os desafios da midiatização profunda

Um foco mais recente na pesquisa sobre midiatização é o caráter cada vez mais digital das mídias e os desafios que elas apresentam quando somos confrontados com a necessidade de repensar a midiatização. Embora as contribuições iniciais sobre o assunto tivessem um tom bastante geral (FINNEMANN, 2014; MILLER, 2014), a discussão se intensificou e se tornou mais específica à medida que a digitalização fez com que os processos de midiatização avançassem.

As razões para isso são multifacetadas. A pesquisa sobre midiatização tornou-se cada vez mais consciente de que a característica atual da mídia está menos no domínio de um meio (digital), mas na diferenciação de formas digitais altamente conectadas. O foco mudou, portanto, para a polimídia (MADIANOU; 2014, p. 323) ou o caráter multimidiático (COULDRY; HEPP; 2013, p. 34) do ambiente midiático atual. Desse ponto de vista, para entender como a mídia formata e molda cada área da sociedade, é necessário considerar as mídias digitais em termos de sua intimidade entre si; isto é, refletir sobre o caráter transmidiático da midiatização. Além disso, a pesquisa sobre midiatização tem se tornado cada vez mais consciente de como as mídias não são apenas um meio de comunicação. Como meio digital, elas são, ao mesmo tempo, meios de geração de dados *enquanto* são usadas para funções de comunicação. Esses dados são usados como fonte para várias formas de análise automatizada, o que se tornou uma parte fundamental da construção do mundo social (ver, por exemplo, em relação ao jornalismo, LOOSEN, 2018). Por meio dessa mudança para o digital, a pesquisa sobre midiatização desenvolveu várias conexões com pesquisas mais gerais sobre a influência dos dados na sociedade (ver, por exemplo, BEER; 2016 e GILLESPIE; BOCZKOWSKI; FOOT; 2014).

A digitalização nos viu imergir em um novo estágio de midiatização que podemos identificar como midiatização profunda. A midiatização profunda é um estágio avançado de midia-

tização, em que todos os elementos de nosso mundo social estão intrinsecamente relacionados às mídias e suas infraestruturas abrangentes (COULDRY; HEPP; 2013, p. 7-34). Pesquisar a midiatização profunda apresenta um desafio para a pesquisa sobre midiatização, pois deve incorporar a análise de algoritmos e infraestrutura digital na forma como aborda seus objetos de análise. A investigação de algoritmos torna-se necessária porque, em um estado de midiatização profunda, facetas da construção mediada do mundo social ocorrem através de análises automatizadas de dados (GILLESPIE; 2014). A classificação em determinados grupos de interesse ao efetuar compras online e recomendações pessoais baseadas nesta tecnologia são possibilitadas e automatizadas através do uso de sistemas algorítmicos, assim como sugestões de novos amigos ou usuários para seguir em plataformas online. Mais atenção deve ser dada às infraestruturas digitais que sustentam as mídias contemporâneas (MOSCO, 2017). Como a conectividade atual que estamos experimentando aumentará, isso só pode ser abordado em uma perspectiva transmidiática e global. Compreender a midiatização como um conceito que nos *sensibiliza* para a mudança da mídia significa que devemos repensar a relevância de caminhos específicos de pesquisa uma vez mais e nos força a integrar conceitos analíticos mais detalhados ao campo.

4. A construção da midiatização profunda

Como minhas afirmações anteriores, neste artigo, deixaram claro, a midiatização não é um processo “natural”, mas uma forma de transformação social “feita” por seres humanos: ao “fazer” das mídias digitais e suas infraestruturas a base de cada vez mais processos sociais, considerando os meios digitais e as suas infraestruturas como o instrumento central para “resolver” os problemas da sociedade, promove-se o processo de midiatização profunda em todas as suas dinâmicas. Com base em suas tradições institucionalistas e socioconstrutivistas, pesquisas anteriores sobre midiatização se interessaram, sobretudo, por dois tipos de atores quando discutiram tais questões do “fazer” ou da “feitura”. Estes foram, por um lado, os diferentes

atores que operam nos próprios ambientes da mídia – profissionais da mídia, jornalistas – e, de outro, pessoas que atuam em diferentes domínios sociais (instituições políticas, religiosas, educacionais, etc.) que são confrontadas com a crescente influência das mídias digitais e suas infraestruturas.

Mas é, precisamente, o caráter de longo alcance da midiatização profunda que torna necessária uma perspectiva mais ampla de sua “feitura”. Como as mídias digitais e suas infraestruturas se tornaram uma base para práticas econômicas e práticas produtivas em geral, um argumento neste ponto é considerar uma nova forma de entender a economia política do capitalismo digital (MURDOCH, 2017). Outro ponto importante é enfatizar o fato de que novos “intermediários” devem ser incluídos em nossas considerações, se realmente quisermos compreender a “feitura” da midiatização profunda (HEPP, 2020, p. 30-40): Vários coletivos – movimentos sociais, instituições de pesquisa, comunidades pioneiras – são orientados para a “atuação sobre a mídia” e, assim, tornam-se parte fundamental da “feitura” da midiatização profunda. Em essência, a expressão “agir sobre a mídia” enfatiza o fato de que “uma ampla gama de atores [...] participa ativamente na formação de organizações de mídia, infraestruturas e tecnologias que fazem parte do tecido da vida cotidiana” (KANNENGIEßER; KUBITSCHKO, 2017, p. 1). Tende-se a pensar sobre a “mídia como prática” de forma mais ampla do que se pretendia originalmente. Em sua intervenção original sobre a questão da prática, Nick Couldry (2004, p. 117) se preocupou em descrever a prática da mídia “como o conjunto aberto de práticas relacionadas às mídias ou orientadas em torno delas”. Seu foco era, principalmente, a compreensão da comunicação com mídias como uma prática. A expressão “agir sobre a mídia” agora percorre caminhos alternativos, ampliando, assim, seu escopo, à medida que as mídias se tornam tão fundamentais nas sociedades profundamente midiatizadas de hoje – como instituições e como materialidades – e à medida que, cada vez mais, passam a representar um objeto de luta social.

Em tempos de midiatização profunda, diversas coletividades consideram que as mídias e suas infraestruturas podem ser identificadas como um objeto de envolvimento com a expectativa de que possam ter uma influência nos processos de trans-

formação da sociedade. Exemplos dessas coletividades para a mudança da mídia (COULDRY; HEPP, 2017, p. 180) podem ser vistos em movimentos sociais como o movimento Dados Abertos (BAACK, 2015), grupos de reflexão como o Diálogo Interamericano (NEUBAUER, 2012) e comunidades pioneiras como o Movimento *Maker* (DAVIS, 2017). Por mais diversas que essas coletividades possam ser, elas compartilham a convicção de que as mídias são fundamentais para as formações sociais contemporâneas e, assim como os atores do mundo da política e da economia, consideram as mídias e as infraestruturas das mídias um objeto dentro do qual o envolvimento político pode prosperar.

Frequentemente, uma mudança no presente nos dá uma visão diferente do passado. É o caso da ideia de atuar sobre a mídia. Embora a midiatização profunda tenha direcionado nossa atenção para essa forma mais ampla de prática relacionada à mídia, descobrimos que, quando adotamos esse ponto de vista, isso tem sido um fenômeno geral ao longo da história da mídia e, em particular, uma característica fundamental das mídias digitais mais recentes. Podemos até chegar ao ponto de escrever a história das mídias digitais e suas infraestruturas como a de atuação sobre as mídias. Fred Turner (2006) apresentou um projeto importante exatamente para essa perspectiva em seu relato histórico da história do Vale do Silício em *From Counterculture to Cyberculture*. Através de uma análise histórica detalhada, ele demonstrou como a rede que se desenvolveu em torno do *Whole Earth Catalog*, com a curadoria de Stuart Brand, teve uma influência significativa no desenvolvimento de tecnologias digitais muito antes de os economistas ou políticos pensarem nelas por um momento apenas. Examinando-a com a vantagem de ter uma visão retrospectiva, como um híbrido de movimento social e instituto de pesquisa, a *Whole Earth Network* poderia ser descrita como uma comunidade pioneira inicial (e, mais tarde, como uma rede de várias comunidades pioneiras). A questão é que a *Whole Earth Network* foi capaz de se definir agindo sobre a mídia. Após o fracasso das utopias contraculturais, a rede se voltou para a tecnologia das mídias digitais como um meio de moldar a sociedade de acordo com suas ideias e valores. É notável que possamos atribuir muitos movimentos sociais relacionados à mídia, como o movimento *hacker*, diretamente à *Whole Earth*

Network (LEVY, 1984), que os primeiros projetos de tecnologia do *MIT Media Lab* não podem, de forma alguma, ser separados do discurso mais amplo da rede (BRAND, 1987), e que as comunidades pioneiras de hoje, como o movimento *Quantified Self*, podem ser atribuídos diretamente ao legado de Stuart Brand (KELLY, 2016, p. 237-252). Em outras palavras, podemos entender a construção da midiatização profunda não apenas partindo de uma economia política de empresas de mídia proeminentes (MURDOCK, 2017), mas considerando a construção da midiatização profunda como um processo histórico muito mais longo. Só podemos apreendê-lo plenamente se o compreendermos historicamente e como um processo de atuação sobre a mídia.

5. Conclusão

Em seu conjunto, os argumentos apresentados até agora, neste artigo, apoiam o fato de que um movimento em direção à midiatização profunda está associado à necessidade de ampliar fundamentalmente a perspectiva da pesquisa sobre midiatização. Em primeiro lugar, trata-se da área de fenômenos com os quais estamos lidando. Com a digitalização como a onda final que nos empurra para a midiatização profunda, as mídias, geralmente, são baseadas em software e, portanto, não são mais apenas um meio de comunicação, mas também um meio de processamento de dados. Nestes termos, a pesquisa sobre a midiatização se depara com o desafio de incorporar a análise de algoritmos e infraestrutura digital em sua abordagem. A discussão sobre a feitura da midiatização profunda também mostrou que a visão dos atores relevantes a serem investigados deve ser ampliada: uma vez que “atuar sobre a mídia” não mais diz respeito apenas aos atores clássicos da própria mídia ou à política e regulamentação da mídia, mas, cada vez mais, a uma multidão de outras coletividades, uma perspectiva mais ampla parece mais necessária do que tem sido até agora característica da pesquisa sobre midiatização. Além disso, os próprios métodos digitais estão ganhando importância para a pesquisa sobre midiatização com o aumento geral da relevância do digital.

Nesse sentido, falar de mediação profunda não se refere apenas – empiricamente falando – a um estágio particular da mediação. Aplicado autorreflexivamente, significa que a autoconsciência da pesquisa sobre mediação muda: no que diz respeito à sua área de estudo, suas teorias e seus métodos. Os últimos anos de pesquisa sobre mediação se caracterizaram, assim, por uma grande dinâmica, uma dinâmica que provavelmente continuará nos próximos anos, conforme a mediação profunda avança.

Referências

- ALTHEIDE, D. L.; SNOW, R. P. *Media logic*. Beverly Hills: Sage, 1979.
- BAACK, S. Datafication and empowerment: How the open data movement re-articulates notions of democracy, participation, and journalism. *Big Data & Society*, v. 2, n. 2, p. 1-11, 2015. doi:10.1177/2053951715594634
- BEER, D. *Metric power*. London: Palgrave, 2016.
- BLUMER, H. What is wrong with social theory? *American Sociological Review*, v. 19, p. 3-10, 1954.
- BRAND, S. *The Media Lab: Inventing the future at MIT*. New York: Viking, 1987.
- COULDRY, N. Theorising media as practice. *Social Semiotics*, v. 14, n. 2, p. 115-132, 2004.
- COULDRY, N.; HEPP, A. Conceptualising mediation: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, v. 23, n. 3, p. 191-202, 2013.
- COULDRY, N.; HEPP, A. *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity, 2017.
- DAVIES, S. R. C. *Hackerspaces: Making the Maker movement*. Cambridge: Polity, 2017.
- FINNEMANN, N. O. Digitalization: new trajectories of mediation? In: LUNDBY, K. (ed.). *Mediatization of communication*. Berlin, New York: de Gruyter, 2014. p. 297-322.

- GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (ed.). *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society*. Cambridge, London: MIT, 2014. p. 167-194.
- GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (ed.). *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society*. Cambridge, London: MIT Press, 2014.
- HEPP, A. Pioneer communities: Collective actors of deep mediatization. *Media, Culture & Society*, v. 38, n. 6, p. 918-933, 2016.
- HEPP, A. *Deep mediatization*. London: Routledge, 2020.
- HEPP, A.; HASEBRINK, U. Researching transforming communications in times of deep mediatization: A figurational approach. In: HEPP, A.; BREITER, A.; HASEBRINK, U. (ed.). *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*. London: Palgrave Macmillan, 2017. p. 51-80.
- HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, v. 37, n. 2, p. 314-324, 2015.
- HJARVARD, S. Mediatization. In: HOFFNER, C. A.; ZONEN, L. V. (ed.). *International encyclopedia of media effects* (p. in print). New York: Wiley, 2017.
- JENSEN, K. B. Definitive and sensitizing conceptualizations of mediatization. *Communication Theory*, v. 23, n. 3, p. 203-222, 2013.
- KANNENGIEßER, S.; KUBITSCHKO, S. Acting on media: Influencing, shaping and (re)configuring the fabric of everyday life. *Media and Communication*, v. 5, n. 3, p. 1-4, 2017. doi:10.17645/mac.v5i3.1165
- KELLY, K. *The inevitable: Understanding the 12 technological forces that will shape our future*. New York: Viking, 2016.
- KNOBLAUCH, H. Communicative constructivism and mediatization. *Communication Theory*, v. 23, n. 3, p. 297-315, 2013.
- KROTZ, F. Mediatization as a mover in modernity. In: LUNDBY, K. (ed.). *Mediatization of communication*. Berlin, New York: de Gruyter, 2014. p. 131-161.

- LEVY, S. *Hackers: Heroes of the computer revolution*. New York: Doubleday, 1984.
- LIVINGSTONE, S. On the mediation of everything. *Journal of Communication*, v. 59, n. 1, p. 1-18, 2009.
- LOOSEN, W. Four forms of datafied journalism: Journalism's response to the datafication of society. *Commfigurations Working Papers 18*. 2018. Disponível em: https://www.kofi.uni-bremen.de/fileadmin/user_upload/Arbeitspapiere/CoFi_EWP_No-18_Loosen.pdf
- LUNDBY, K. (ed.). *Mediatization of communication*. Berlin, New York: de Gruyter, 2014.
- LUNT, P.; LIVINGSTONE, S. Is mediatization the new paradigm for our field? A commentary on Deacon and Stanyer (2014, 2015) and Hepp, Harvard and Lundby (2015). *Media, Culture & Society*, v. 38, n. 3, p. 462-470, 2016.
- MADIANOU, M. Polymedia communication and mediatized migration: An ethnographic approach. In: LUNDBY, K. (ed.). *Mediatization of communication*. Berlin, New York: de Gruyter, 2014. p. 323-348.
- MATTONI, A.; TRERÉ, E. Media practices, mediation processes, and mediatization in the study of social movements. *Communication Theory*, v. 24, n. 1, p. 252-271, 2014. doi:10.1111/comt.12038/full
- MILLER, J. Intensifying mediatization: Everywhere media. In: HEPP, A.; KROTZ, F. (ed.). *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. p. 107-122.
- MURDOCK, G. Mediatization and the transformation of capitalism: The elephant in the room. *Javnost - The Public*, v. 24, n. 2, p. 119-135, 2017. doi:10.1080/13183222.2017.1290745
- MOSCO, V. *Becoming digital: Toward a post-internet society*. Bingley: Emerald Publishing, 2017.
- NEUBAUER, R. J. Dialogue, monologue, or something in between? Neoliberal think tanks in the Americas. *Inter-*

national Journal of Communication, v. 6, n. 26, 2012.
Disponível em: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/1481/789>

- NÖLLEKE, D.; SCHEU, A. M. Perceived media logic: A point of reference for mediatisation. In: THIMM, C.; ANASTASIADIS, M.; EINSPÄNNER-PFLOCK, J. (ed.). *Media logic(s) revisited: Modelling the interplay between media institutions, media technology and societal change*. London: Palgrave Macmillan, 2018. p. 195-216.
- SILVERSTONE, R. The sociology of mediation and communication. In: CALHOUN, C.; ROJEK, C.; TURNER, B. (ed.). *Sage handbook of sociology*. London: Sage, 2005. p. 188-207.
- STRÖMBÄCK, J.; ESSER, F. Mediatization of politics: Towards a theoretical framework. In: ESSER, F.; STRÖMBÄCK, J. (ed.). *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2014. p. 3-28.
- THIMM, C.; ANASTASIADIS, M.; EINSPÄNNER-PFLOCK, J. (ed.). *Media logic(s) revisited: Modelling the interplay between media institutions, media technology and societal change*. London: Palgrave Macmillan, 2018.
- TURNER, F. *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: University of Chicago Press, 2006.

Midiatização, interações e práticas educacionais: um esboço a partir da sala de aula¹

Mediatization, interactions and education: a classroom-grounded sketch

Luís Mauro Sá Martino²

RESUMO: A midiatização da sociedade trouxe novos desafios para a educação em todos os níveis, do ensino fundamental até o superior. A presença de dispositivos como celulares e tablets, tanto quanto o conteúdo disponível em plataformas como o YouTube e serviços de streaming, articulam-se com o ambiente de aprendizagem. Ao mesmo tempo, a interação via mídia social trouxe um novo nível de sociabilidade, seja para o melhor ou para o pior. Este artigo descreve alguns aspectos da aprendizagem em um ambiente midiatizado com base em três argumentos: (1) pensar a técnica, como habilidade criativa humana, antes da tecnologia; (2) compreender como o ambiente da mídia se articula com os hábitos cognitivos; (3) ver a tecnologia não como dispositivo a ser empregado, mas um ambiente que envolve toda a educação.

1 Uma primeira versão deste texto nasceu de uma proposta de diálogo e reflexão sobre a presença de tecnologias em sala de aula na Faculdade Cásper Líbero, em 2015/2016. Agradeço a todas e todos vários colegas que discutiram o texto naquele momento, oferecendo valiosas sugestões. Retrabalhado, foi parte da base para uma apresentação oral em 2019 no III Seminário Internacional Midiatização e Processos Sociais, na Unisinos. Foram mantidas algumas das marcas de oralidade decorrentes da origem dialógica do trabalho. O texto, nesta versão, é inédito.

2 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Pesquisador do CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>. E-mail: lmsamartino@gmail.com.

PALAVRAS-CHAVE: Mediatização. Comunicação. Educação. Ambiente de mídia.

ABSTRACT: The mediatization of society has brought new challenges for education, from elementary schooling to higher education. The presence of media devices, such as mobile phones and tablets, as well as the content available on platforms such as YouTube and streaming services have provided a new learning environment. At the same time, interaction via social media has brought socialization to a new level, for the better and for the worse. This paper outlines some aspects of learning in a mediatized environment drawing on three main arguments: (1) it is necessary to think about ‘technique’, as a human creative skill, before technology; (2) how the media environment is articulated with cognitive habits; (3) technology is not a device to be ‘employed’, but an environment that involves the whole of education.

KEYWORDS: Mediatization. Communication. Education. Media environment.

1. Introdução

Suelo decir algo de lo que me hago cargo plenamente, aunque entiendo que puede resultar controvertido: en los últimos años aprendí más didáctica viendo series de televisión que leyendo libros específicos (Mariana MAGGIO, 2018, p. 57).

Em um provocador texto escrito em 1969, *Mutations 1990*, sobre como seria a educação no “futuro”, o então distante ano de 1989, McLuhan (1969) atraiu diversas críticas ao indicar os diversos problemas do modelo tradicional de ensino, baseado sobretudo em uma cultura impressa. Ele indicava a necessidade de mudanças na concepção de ensino para lidar com pessoas nascidas e criadas em um ambiente midiático de natureza completamente diferente, caracterizado sobretudo pelos meios audiovisuais – nos termos da época, “eletrônicos”. O autor canadense não estava se referindo apenas à televisão, ao cinema ou ao rádio. Em *Mutations 1990*, McLuhan (1969, p. 49) afirma

textualmente: “Uma rede mundial de computadores tornará acessível, em alguns minutos, todo o tipo de conhecimento aos estudantes do mundo inteiro”.

O problema não eram os meios em si, mas a maneira como a cultura, os usos humanos desses meios, estavam distantes da escola, como se o modelo escolar fosse refratário às condições estético-cognitivas decorrentes da apropriação desses meios, afirma Lima (1989).

Pensar as relações entre mídia e ensino indica, entre outras coisas, a necessidade de entendê-las em suas articulações, tensões e complexidades, evitando interpretações redutoras ou binárias que às vezes vêm à tona quando o assunto é discutido. Este ensaio delinea alguns aspectos da relação entre o ambiente das mídias digitais e os espaços de ensino-aprendizagem, na perspectiva de uma teoria da midiaticização (MARTINO, 2019a; 2019b), a partir de três pontos: (1) pensar, para além da “tecnologia”, a ferramenta, mas a “técnica”, capacidade humana de fazer e de criar; (2) os processos de aprendizagem, em sua multiplicidade, estão ligados aos hábitos cognitivos de quem aprende; (3) o aprendizado se articula de muitas maneiras com o ambiente digital contemporâneo, o que não significa o simples “uso” da tecnologia, mas sua articulação com as práticas sociais da educação – o que remete de volta ao primeiro ponto.

2. A dupla face da tecnologia, entre remédio e veneno

Platão, em seu diálogo *Fedro*, faz uma das primeiras críticas às vantagens e problemas da adoção de novas tecnologias – no caso, a “nova tecnologia” era o alfabeto. Recorrendo, como costumava fazer, a um mito, Platão narra o episódio.

Theut, um sábio do antigo Egito, certo dia aproximou-se do faraó Thamus para lhe oferecer uma invenção, um remédio (*pharmakón*) para a memória: o alfabeto, a escrita. Com aquela nova tecnologia, explicava Theut, os egípcios nunca mais precisariam se preocupar em se recordar das coisas; uma vez registrado pela escrita, nada seria esquecido. Thamus, no entanto, recusou a oferta: aquela invenção, a capacidade de gravar coisas fora da mente humana, seria um veneno (também *pharmakón*)

para a memória; os egípcios, livres da necessidade de aprender, se tornariam preguiçosos. A escrita como remédio e veneno, a tecnologia como *pharmakón* da mente: Platão colocou a questão que, dois mil e quinhentos anos depois, se refere à dupla face da tecnologia em sua relação com a cultura.

A resposta do filósofo grego não deixa de ser ambígua: seu mestre Sócrates não deixou textos filosóficos – seus alunos Platão e Xenofonte foram os responsáveis por registrar seus ditos e diálogos – e, até onde se sabe, nunca precisou de nada além de sua mente e seu *daimôn* para transformar a filosofia ocidental; Platão, por sua vez, dedicou-se não apenas à escrita de sua série de *Diálogos*, mas também deixou cartas a partir das quais se pode vislumbrar um pouco de sua vida e obra. Parecem existir, nessa ambiguidade, duas posturas extremas de relação com a tecnologia. Se Sócrates não deixou escritos filosóficos, Platão usou a escrita com tal refinamento que seus *Diálogos*, obras filosóficas, são dotados de um refinamento literário nem sempre reencontrado na Filosofia.

O ensino de Sócrates nas ruas de Atenas era predominantemente oral. Platão, na Academia, possivelmente tinha um *corpus* escrito para seus alunos mais próximos, deixando os *Diálogos* que chegaram até nós para um público mais amplo. Aristóteles, por sua vez, parece ter escrito diálogos tão refinados quanto os de seu professor Platão – os textos aristotélicos que sobreviveram até hoje parecem ser sobretudo notas de aulas tomadas por seus alunos ou, na melhor das hipóteses, rascunhos de seus cursos.

Ao que parece, a noção de *tekhné* grega referia-se a uma habilidade para fazer alguma coisa, para criar algo – e nisso havia um processo tanto mental quanto manual, algo que o latim traduziria como *ars*, de onde derivam ao mesmo tempo “arte” e “artesanato”. A *tekhné* referia-se não apenas a uma habilidade em si de fazer alguma coisa, mas estava ligada também às disposições mentais para tal, uma *hexis*, um “hábito mental” a partir do qual era possível ao “técnico” realizar sua obra. Parte da filosofia medieval traduziu *hexis* por *habitus*, deixando implícita uma relação mente-corpo, vinculada a partir da noção de uma capacidade geradora não só das ações práticas, mas também das ideias necessárias para que se lhes desse forma – que Bourdieu (1983) retoma como um de seus conceitos principais.

Dessa maneira, falar de “técnica” não era apenas falar de uma capacidade operacional prática referente a determinada ação, mas da potencialidade de transformar um “conceito”, uma “ideia” ou “forma” (*eidos*) em algo físico, concreto. A *tekhné* realiza essa passagem, tornando-se um conceito tensionado entre o “conceito” e a “prática”.

Se essa concepção é levada em conta, falar da “técnica” como algo separado do ser humano que a utiliza parece ser uma contradição: a técnica, neste ponto de vista, não é um atributo do dispositivo empregado para a realização de algo, mas é inerente ao humano – o oposto disso seria como dizer que a “técnica” do carpinteiro está no formão, e não em seu operador. A “tecnologia”, pensada nesse sentido, pode eventualmente ser considerada em termos de algo externo ao ser – que, de todo modo, a elaborou –, mas isso não ocorre com a técnica, humana. É em sentido parecido que Heidegger parece trabalhar o assunto em sua conferência sobre a técnica: a técnica não é, em si, uma “técnica”, mas faz parte do humano. O *pharmakón* é constituinte e constitutivo do humano.

Se o *pharmakón* é generalizado, como fica o ato de ensinar? Em que medida a *epistéme* pode ser influenciada pelo *pharmakón* da técnica? Não é o objetivo aqui propor respostas, mas talvez delinear algumas dessas questões, atuais há dois mil anos.

3. A construção do hábito de aprender

Em sua *Metafísica*, Aristóteles faz duas breves considerações sobre o aprendizado que podem oferecer algumas pistas para se pensar as questões deste ensaio. “O sucesso das lições”, afirma no início do livro Gama, “depende dos hábitos dos ouvintes”.

O hábito, explica Aristóteles na *Ética*, decorre de um aprendizado. Ele não é dado, mas construído a partir da prática, que, por sua vez, incorporada e subjetivada, torna-se uma ação automática, uma “segunda natureza”. O hábito leva o ser humano a fazer a maior parte de suas ações, e, não por acaso, uma parcela considerável do processo educacional se refere ao cultivo de hábitos a partir da prática constante das ações corretas.

A virtude, explica Aristóteles, são as práticas dos seres humanos virtuosos; para além de qualquer definição circular, aqui parece existir proposta de ação pedagógica: a interação entre o fazer e o compreender. É fazendo ações corretas que se aprende o que é uma ação boa – em termos contemporâneos, a prática do respeito à diferença e da convivência com a alteridade é crucial para a cidadania. O hábito, além de uma dimensão cognitiva, tem uma dimensão ética – não há conhecimento que não esteja ligado a uma ética referente às suas condições de elaboração, prática e uso. Dessa maneira, a interação tensional, mediada social e culturalmente, com o ambiente é o elemento responsável por formar os hábitos do ouvinte a partir dos quais deriva o sucesso das lições – ponto retomado por Bourdieu (1983).

Isso pode ser aproximado da perspectiva utilizada por Freire (1993; 1997) em sua experiência de alfabetização: ao interseccionar o mundo das relações sociais, da história e da crítica para o âmbito de seu trabalho pedagógico, o sucesso das lições não é apenas ligado aos hábitos do ouvinte propício, mas também, no exame crítico dessas condições, apresenta-se como reflexão transformadora.

Trazer os “hábitos do ouvinte” para dentro da sala de aula é, portanto, trazer suas vivências, suas experiências e suas transformações. A aula, lembra Freinet (1997), não pode se separar da vida. A descoberta, a investigação, a responsabilidade e a cidadania estão presentes dentro e fora dos muros da escola. É nessa ligação, problematizada mas contínua, entre o “dentro” da sala de aula e o “fora” da vida dos alunos, que se torna interessante o ato de aprender. Enquanto a escola se esforçar em deixar a vida do lado de fora, afirma o educador francês, não haverá como trabalhar os interesses dos alunos de maneira a proporcionar um ambiente para o conhecimento coletivo.

E quais os hábitos, nesse sentido cognitivo e prático, dos ouvintes de hoje? Uma primeira resposta poderia ser resumida em “entretenimento e cultura pop”. De maneira mais elaborada, seria possível acrescentar “séries norte-americanas”, “telenovelas”, “desenhos animados” e “games”. A resposta, em termos mais conceituais, parece levar à noção de “ambiente midiático” e de “sociedade mediatizada”.

Como lembra Flusser (1966), o fato de alguém não dominar as técnicas para o uso das tecnologias de um ambiente não o impede de viver nele. O ambiente tipográfico, dominado pela escrita e pela impressão, foi vivido mesmo por quem não dominava a leitura, assim como na atualidade os ambientes digitais compreendem as ações mesmo daqueles que, por alguma razão, não estão a eles conectados – as barreiras digitais, pensadas sob essa perspectiva, tornam-se triplamente excludentes em seus aspectos econômicos, cognitivos e relacionais.

Os hábitos de quem nasceu e cresceu em um ambiente digital não podem ser dissociados da cultura da mídia. Seus modos de ver o mundo, de apreender a realidade, devem ser pensados em articulação com esses elementos presentes – em quantidades diferentes, certamente, segundo questões multifatoriais – nesse ambiente. Suas referências, memórias, práticas e modos de compreender estão articulados constantemente com essas referências a partir das quais as pessoas, no ambiente digital, fazem suas leituras do mundo (BRAGA; CALAZANS, 2001).

Pensar o ensino contemporâneo é, em certa medida, pensar nos modos de compartilhar saberes dentro de um ambiente digital no qual os indivíduos, vivendo em uma sociedade mediatizada, destacam-se por trazerem consigo hábitos cultivados nesse ambiente. Como diz Evangelina Margiolakis (2011, p. 158), “muchos docentes en comunicación plantean que lo distintivo de la enseñanza de este tema es la posibilidad, más que cualquier otro campo, de trabajar con los conocimientos previos de los alumnos”. E completa (2011, p. 160): “Si los saberes cotidianos non son analizados críticamente, pueden operar como barrera para la problematización”.

É preciso levar em conta que o espaço da sala de aula, mesmo quando totalmente desprovido de qualquer artefato digital, é parte desse ambiente. Natalia Anselmino (2010, p. 52) indica que “El análisis de los discursos mediatizados requiere un modelo teórico-metodológico que permita explicar el proceso de significación que tiene lugar no gracias a la actividad de un sujeto individual, sino a partir de organismos colectivos mucho más complejos”. Não é a presença destacada de dispositivos tecnológicos que caracteriza um ambiente digital, mas a articulação

constante das práticas sociais com as mediações proporcionadas pelos dispositivos técnicos. “Si comunicar es compartir la significación”, diz Martín-Barbero (2003, p. 79), “la educación sería entonces el decisivo lugar de su entrecruce”.

4. Miatização e articulação dos saberes

O conceito de miatização vem sendo trabalhado por diversas autoras e autores que procuram situar a ligação entre mídias e práticas sociais, na medida em que não é possível separar um do outro, como indicam, entre outros, Sodré (2004), Gomes, Ferreira, Braga e Fausto Neto (2008), Hjarvard (2008), Couldry (2008), Livingstone (2009), Rosa (2009), Hepp (2014) Gomes (2018) ou Martino (2019a; 2019b). Não se trata de pensar a partir de uma dicotomia entre “mídia” e “sociedade”, mas compreender as práticas sociais em sua articulação com o ambiente das mídias – a noção de “ambiente”, aqui, deriva de Meyrowitz (1993; 1995; 2000).

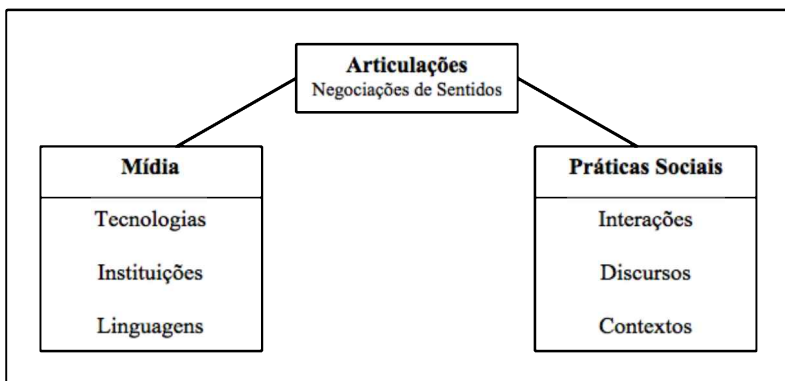
Como um ponto de partida, recuperando um argumento anterior (Martino, 2019), a miatização pode ser entendida como a articulação entre o ambiente midiático e práticas sociais. De um lado, práticas sociais, constituídas pelas interações entre pessoas e grupos em um contexto, são elaboradas como ação e como discurso. De outro, o ambiente da mídia se apresenta ao mesmo tempo como o dispositivo tecnológico (um *smartphone*, por exemplo), linguagem (plataformas diferentes implicam códigos semióticos diversos) e um sistema institucional de produção. A ideia de “articulação”, trazida de Hall (1996), indica que a relação entre esses dois aspectos não é de causa e efeito, mas uma dinâmica constante.

O estudo da miatização se concentra na articulação entre os dois elementos. O objeto de estudo não é a mídia em si, ou as práticas sociais – no caso, educacionais –, mas o que emerge da articulação entre elas. Trata-se de algo diferente dos elementos anteriores: miatizada, a educação pode assumir outras formas, diferentes da tradicional; o ambiente midiático é revestido de outros circuitos, como diz Fausto Neto (2006), a “circulação de sentidos”, quando articulada com a prática educacional.

Como recorda Hall (1996), trata-se de uma “negociação” na qual não há, de antemão, uma perspectiva única. Quando se fala em midiatização e educação, não se trata de pensar o “uso da tecnologia” em sala de aula, mas a readequação de uma prática, a educação, em um outro ambiente.

Nessa perspectiva de midiatização, a mídia não é o “centro” nem o ponto principal – Ferreira (2010) recorda a necessidade de evitar o risco de uma redução à tecnologia. Como lembra Braga (2010), não é possível mais falar em centralidade da mídia, uma vez que ela está espalhada no tecido social; ao mesmo tempo, não se trata de estudar as práticas didático-pedagógicas na universidade por si só, o que talvez esteja mais próximo dos estudos de Educação, mas o cenário decorrente da articulação entre ambos. A figura 1 procura ilustrar esses elementos:

Figura 1: Elementos possíveis de um processo de midiatização



Fonte: Martino (2019).

A perspectiva de “ambiente midiático” refere-se ao fato de que, na sociedade contemporânea, as práticas sociais estão conectadas, ainda que parcialmente, a diversos tipos de mídias eletrônicas responsáveis por sua intermediação. O meio não é apenas um canal técnico, mas tem uma linguagem específica, própria, e seu domínio é uma condição primeira para o sucesso de qualquer mensagem. Viver em um ambiente midiático é, entre outras coisas, estar em relação constante com os meios, mediando as práticas, vivências, experiências e ações. O ambiente midiático, na concepção de Meyrowitz (1993; 1999; 2000), é menos o conjunto dos

meios de comunicação do que as interações realizadas entre seres humanos *com e a partir* desse instrumental tecnológico.

Em uma sociedade midiaticizada, as práticas sociais estão diretamente inter-relacionadas às linguagens, códigos, lógicas e discursos da mídia. As interações sociais acontecem – também, mas não unicamente – pelas mídias, adaptando-se às suas lógicas e suas linguagens, que se tornam, por sua vez, habituais – e, novamente, reforçando os “hábitos do ouvinte”.

“A midiaticização”, indica Ana Paula Rosa (2011, p. 134), “não diz respeito apenas ao meio de comunicação, mas às lógicas que são empregadas, pelas mais variadas instituições, para tornarem conhecidos, públicos e darem acesso aos acontecimentos que possuem relevância ou aos quais é atribuída relevância”.

Dessa maneira, é questionável esperar que o indivíduo, vivendo em uma sociedade mediaticizada, com suas práticas permeadas em um ambiente digital, não desenvolva alguns de seus hábitos a partir da mediação com esse contexto – hábitos que ele ou ela levarão para a sala de aula, desafiando esse ambiente a se tornar digital e mediaticizado ainda que sem nenhum aparato especificamente tecnológico.

As linguagens da mídia, em especial as linguagens do entretenimento, mais do que vistas como obstáculos ou entraves ao aprendizado, podem ser vistas nessa perspectiva como elementos que constituem o ambiente do indivíduo que participa do ato de aprender – e, nesse aspecto, problematizar os hábitos, destacá-los, trazê-los para primeiro plano ao mesmo tempo que eles são vivenciados talvez contribua para uma melhor compreensão de seus potenciais e limites.

5. Considerações finais

A midiaticização parece mudar a inflexão das práticas docentes. Viviana Mancovsky (2011, p. 141) recorda a necessidade de uma “reflexión epistemológica sobre el rol del maestro como sujeto evaluador y el poder de su palabra en la interacción de la clase”.

Não existe, e isto é quase um truísmo, um único modelo de aula para o ambiente midiático. Há aulas expositivas magistrais,

assim como há aulas montadas em suportes digitais de qualidade questionável – e vice-versa. Não são os dispositivos, ao que tudo indica, os responsáveis pelo sucesso de uma aula – como sugere Aristóteles, os modos de aprendizagem variam consideravelmente, demandando uma dinâmica de transformação, crítica e auto-crítica, constante para se pensar o ambiente. Maria Paula Pierella (2014, p. 160 e ss.) destaca a necessidade de pensar a aula como uma “experiência estética” e vinculatória, na qual a preocupação com os sujeitos, os estudantes, não se limita nem se distancia demais do “objeto” de um curso ou uma disciplina.

Existe uma distinção entre o “ambiente midiático” e a inclusão indiscriminada de dispositivos digitais no ambiente das salas de aula – ou, menos ainda, a perspectiva compulsória de sua utilização como um *pharmakón* a resolver problemas educacionais que têm profundas raízes sociais, culturais e econômicas. Nesse ponto, talvez a questão, como se sugere aqui, não seja a pertinência ou não do uso de dispositivos digitais em sala de aula, mas de se repensar o modelo de “aula” e “sala de aula” para pessoas formadas em um ambiente digital, acostumadas com suas linguagens. Onians (2008), por exemplo, menciona como os próprios processos cognitivos são alterados na interação com práticas e linguagens. O cérebro, argumenta, em sua neuroplasticidade, é permeável às práticas e estéticas da percepção.

Como lembra Ana Paula Rosa (2009, p. 3), “a sociedade mediatizada surge quando os meios passam a ser não meramente uma forma de intermediação, de ligação entre o vivido (real) e o representado, mas, sim, quando os meios passam a se tornar um agente comunicativo que gera e cria ações que repercutem na vida do cidadão”.

Evidentemente, como lembra Flusser (1966), não se trata de adaptar conteúdos para as linguagens midiáticas, mas recordar que a aprendizagem passa por essas linguagens. E isso pode ser, prossegue, um desafio ou um ponto de partida para a reelaboração de perspectivas educacionais – algo sempre contemporâneo.

Referências

ANSELMINO, Natalia R. Discurso y mediatización: para un análisis no-intencional de las estrategias discursivas. In:

- FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra. *Mediatización, sociedad y sentido*. Rosario: Universidad de Rosario, 2010. p. 36-55.
- ARISTÓTELES. *Ética a Eudemo*. São Paulo: Edipro, 2011.
- ARISTÓTELES. *Metafísica*. São Paulo: Edipro, 2016.
- BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. *Comunicação e educação*. São Paulo: Hackers, 2001.
- BRAGA, José Luiz. Experiência estética e midiatização. In: LEAL, Bruno S.; GUIMARÃES, César; MENDONÇA, Carlos. *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. p. 76-85.
- COULDRY, Nick. Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergence of Digital Storytelling. *New Media and Society*, v. 10, n. 3, p. 373-379, 2008.
- FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G.; FERREIRA, J.; BRAGA, J. L. *Midiatização e processos sociais*. Santa Cruz do Sul: Ed. Unisc, 2008.
- FAUSTO NETO, Antônio. Midiatização, prática social - prática de sentido. In: XV ENCONTRO DA COMPÓS. *Anais...* Bauru: Unesp, junho de 2006. p. 1-15.
- FERREIRA, Jairo. Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. *Revista E-Compós*, v. 1, n. 5, p. 1-3, 2010.
- FLUSSER, V. Como filosofar em cultura de massa? *Revista Brasileira de Filosofia*, n. 45, p. 205-211, jan.-jul. 1966.
- FREINET, Célestin. *As técnicas Freinet na escola moderna*. Lisboa: Presença, 1997.
- FREIRE, P. *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.
- FREIRE, P. *Pedagogia da autonomia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização*. São Leopoldo: Unisinos, 2018.

- HALL, S. On Postmodernism and Articulation: An Interview with Stuart Hall. In: MORLEY, D.; KUAN-HSING, C. *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Routledge, 1996. p. 131-150.
- HEPP, A. *Cultures of Mediatization*. London: Routledge, 2014.
- LIMA, L. O. *Mutações em educação segundo McLuhan*. Petrópolis: Vozes, 1989.
- LIVINGSTONE, Sonia. On the Mediation of Everything. *Journal of Communication*, v. 59, p. 1-8, 2009.
- MAGGIO, Mariana B. *Reinventar la clase a la universidad*. Buenos Aires: Paidós, 2018.
- MANCOVISKY, Viviana. *La palabra del maestro*. Buenos Aires: Paidós, 2011.
- MARGIOLAKIS, Evangelina. La práctica docente en comunicación como proyecto de intervención intelectual. In: MARGIOLAKIS, Evangelina; GAMARNIK, Cora. *Enseñar comunicación*. Buenos Aires: La Crujia, 2011. p. 155-170.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Norma, 2003.
- MARTINO, Luís M. S. Midiatização da política, entretenimento e cultura pop. *In Mediaciones de la Comunicación*, v. 14, n. 2, p. 145-164, jul./dez. 2019b.
- MARTINO, Luís M. S. Rumo a uma teoria da midiatização. *Intexto*, v. 1, n. 45, p. 16-34, jan.-jun. 2019a.
- McLUHAN, M. *Mutations 1990*. Paris: Mame, 1969.
- McLUHAN, M. Speed of Cultural Change. *College Composition and Communication*, v. 9, n. 1, p. 16-20, Feb. 1958.
- MEYROWITZ, J. Images of Media: Hidden Ferment – and Harmony – in the Field. *Journal of Communication*, v. 43, n. 3, p. 55-76, 1993.
- MEYROWITZ, J. Medium theory. In: CROWLEY, D.; MITCHEL, D. *Communication Theory Today*. Stanford: Stanford University Press, 2000.
- MEYROWITZ, J. Understandings of Media. *et Cetera*, v. 56, n. 1, p. 45-54, 1999.

- ONIANS, John. *Neuroarthistory*. Yale: Yale University Press, 2008.
- PIRELLA, Maria P. *La autoridad en la universidad*. Buenos Aires: Paidós, 2014.
- PLATÃO. *Fedro*. Belém: Ed. UFPA, 2007.
- ROSA, Ana Paula. Mídiação de imagens: entre circulação e circularidade. In: X INTERCOM SUL. *Anais...* Blumenau: UFSC, 28 a 30 de maio 2009. p. 1-13.
- ROSA, Ana Paula. Iconoclasmo midiático. *Brazilian Journalism Research*, v. 7, n. 1, p. 130-148, 2011.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológicas do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2004.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da mediação: uma perspectiva semi-antropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan.-jun. 2014.

Midiatização e virtualidade nas ciências humanas: uma encruzilhada anunciada

Mediatization and virtuality in human sciences: An announced crossroads

Tiago Quiroga¹

RESUMO: Atual forma econômica por excelência, o neoliberalismo empreende no campo do trabalho transformações que já não permitem dissociá-lo do fenômeno da mediatização. A novidade reside na *visibilidade* e na *circulação* como dispositivos fundantes das economias pós-industriais. Entre os resultados do novo regime estaria o atrofiamento da virtualidade do tempo como diferença das humanidades. Consagrada por sua dimensão emancipatória, tal virtualidade orientou não apenas diversas respostas quanto à dialética entre conhecimento e forma social, mas sobretudo a própria alteridade das ciências humanas. Hoje, entretanto, ela parece encolher, e na esteira de seu retraimento sobraria o conhecimento como gestão social do comportamento.

PALAVRAS-CHAVE: Midiatização. Humanidades. Neoliberalismo. Epistemologia. Tempo presente.

ABSTRACT: The current economic form par excellence, neoliberalism undertakes transformations in the area of labor that do not allow to disassociate it from the phenomenon of mediatization. The novelty resides in *visibility* and *circulation* as foundational devices of post-industrial economies. Among the results of the new regime would be the atrophying of the virtuality of time as a difference of the humanities. Established due to its emanci-

1 Professor Associado da Faculdade de Comunicação na Universidade de Brasília. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9095-1034>. E-mail: tagorj@terra.com.br

patory dimension, such virtuality oriented not only diverse answers to the dialectics between knowledge and social form, but above all the very alterity of the human sciences. Today, however, it seems to wither, and in the wake of its retraction remains knowledge as management of social behavior.

KEYWORDS: Mediatization. Humanities. Neoliberalism. Epistemology. Present time.

1. Introdução

Responsáveis pela formulação de um tempo teleológico, isto é, que previa uma direção ou uma realização da história, as filosofias de Kant e Hegel preparam a emergência de um tempo imanente, fundamental à ordem do conhecimento, em especial, às chamadas ciências humanas (QUIROGA, 2013). A partir dos desdobramentos (e críticas) da obra dos autores, passamos a uma inteligibilidade compreensiva, consciente da historicidade do tempo, da produção de saberes inevitavelmente marcados pela entrada do tempo como agente absoluto de mudança (KOSELLECK, 2006). Do ponto de vista das humanidades, o acontecimento não seria pequeno; pelo contrário, o advento de um tempo que *passa* permitiria a emergência do princípio de autodeterminação (RENAUT, 2001), fundado essencialmente no reconhecimento da diferença produzida pela imanência *no* tempo. Trata-se aqui do protagonismo epistemológico exercido pelo tempo presente, em especial, no campo das ciências humanas. A partir de sua disseminação, tem-se o aparecimento de saberes cuja alteridade adviria da ideia prática de liberdade como poder de escolha – isto é, autonomia como aquilo que “exig[e] em mim a definição de uma parte da humanidade comum, irreduzível à afirmação de minha singularidade [...] e à qual a minha singularidade se deve submeter” (ibid., p. 18). A partir de tal advento, passamos a práticas epistemológicas marcadas não apenas pela inscrição de um passado que continuaria a exercer suas ressonâncias, ou mesmo pelas alteridades de um vir a ser que, incerto ou desconhecido, estaria necessariamente na condição do que ainda não era (GIL, 2003), mas, sobretudo, da conformação prática de saberes fundados no ideal do tempo presente como *diferença*.

Ora, do protagonismo do tempo presente orientou-se grande parte da *tensão* dialética entre produção de conhecimento e forma social (OUELLET; MARTIN, 2018). Pensado nos termos de Habermas (2015), ele estaria entre os ganhos da chamada *modernização cultural* e teria norteado parte significativa das ciências humanas em suas variadas formas de crítica – empírica, normativa e estética – ao processo de mercantilização e burocratização do dinheiro e do poder que, indiferentes ao problema do entendimento comunicativo, produziram a rarefação dos vínculos de solidariedade. Para o autor, tal protagonismo profanaria tradições e responderia “pelos mudanças culturais, pelas mudanças de motivação e das atitudes, dos deslocamentos dos padrões valorativos e identitários, atribuídas a uma irrupção de inovações culturais no mundo da vida” (p. 84). Em síntese, o tempo presente seria *acontecimento* emancipatório, responsável pelos avanços da democracia moderna, bem como da ideia política de uma esfera pública ampliada, aquisições das mais importantes, herdadas da modernização cultural, devedoras, em larga medida, do entrelaçamento da atividade intelectual a um tipo de ação social transformadora.

2. Sobre o neoconservadorismo na cultura

Hoje, todavia, como consequência direta do crescimento generalizado do neoconservadorismo na cultura – que, por um lado, investe fortemente na crítica à modernização cultural como causa da crise e do mal-estar contemporâneo e, por outro, adere à radical modernização social, atualizando as “necessidades funcionais do Estado e da economia” (HABERMAS, 2015, p. 69) –, nos deparamos com a encruzilhada que envolve o protagonismo do tempo presente, em especial, no âmbito das ciências humanas. Ou seja, na mesma intensidade em que sobre ele se radicalizam os investimentos do *tempo real* – em que predominam os chamados regimes de antecipação, também característicos do neoconservadorismo da cultura –, dá-se o retraimento de sua virtualidade, a qual, historicamente, impulsionou diversas reflexões nas chamadas humanidades. A proposição parte da dupla contenda alimentada pelo atual conservadorismo. Por um lado,

ele ataca os ganhos da modernização cultural como “processos coletivos de aprendizagem” (FREITAG, 1995, p. 139), que incluíam o próprio Estado de direito, o espaço público ampliado e o processo de democratização constante. Por outro, adere ao que há de mais radical em termos de liberalismo econômico, reforçando a difusão do capital financeiro, o mercado das emoções, a fragilização das identidades de classe e os empreendedorismos generalizados. Segundo Habermas (2015), diferentemente do velho conservadorismo, que se opunha integralmente às novidades da modernidade, em nome de formas de vida tradicionais, o novo conservadorismo faz uma aliança programática com os inconclusos processos de modernização. Tal como o velho conservadorismo, ele mantém o enfrentamento à *modernização cultural*, porém como forma de justificar o incremento da *modernização social*. Ou seja, o neoconservadorismo inverte o jogo de causas e efeitos com relação ao diagnóstico da crise contemporânea (QUIROGA; CASTRO, 2020). Para ele, a causa dos problemas econômicos e sociais está na desintegração simbólica de heranças comuns, fragilizadas pelo processo de modernização cultural, que nos cabe agora restaurar. Nesse caso, não apenas a atividade intelectual, base de esfera pública ampliada, passa a ser desacreditada, devendo-se “cultivar a cultura tradicional, os poderes mantenedores próprios da eticidade convencional, do patriotismo, da religião burguesa [...] que existem para compensar [...] onerações [...] da sociedade concorrencial e da modernização acelerada” (HABERMAS, 2015, p. 228), mas também a própria produção do conhecimento, concebida como decisiva à constituição das democracias modernas, estaria entre os alvos do novo obscurantismo.

Daí, em larga medida, “a desconfiança em relação à história como ciência social e uma desvalorização da sociologia, em geral das ciências sociais fecundas para a realização de diagnósticos de época” (HABERMAS, 2015, p. 88). Para o neoconservadorismo, “os conhecimentos científicos só devem ser usados [...] para o progresso técnico e, quando muito, para o planejamento econômico e administrativo” (ibid., p. 87). Ou seja, ainda que se salve parte das chamadas ciências da gestão (GULEJAC, 2007), diretamente ligadas à modernização social, todas as demais, cujo vínculo se dá sob a alcunha das chamadas

humanidades, tornam-se agora objeto de destruição do novo obscurantismo.

Ora, uma das perguntas que se pode fazer remete, então, ao tipo de reação desencadeada no meio científico, onde não parece haver dúvidas de que predominam diferentes interpretações acerca do acontecimento em questão. Todavia, dada a eloquência dos ataques, pode-se dizer, comparativamente, que grande é ainda a dificuldade, por parte das diferentes áreas, em dar inteligibilidade aos recentes acontecimentos. A hipótese aqui desenvolvida é a de que, em larga medida, tal dificuldade advém da própria ascendência da modernização social, sob a atual produção epistemológica, a qual, entre seus efeitos, produziria a desidratação do tempo presente como dispositivo emancipatório erguido pela modernização cultural. Embora resulte da singularidade neoliberal, que procura salvar o liberalismo da fracassada ontologia naturalista do *laissez-faire*, assegurando juridicamente o funcionamento do mercado – o que demanda um intervencionismo progressista do Estado, que então passa a funcionar como uma empresa (DARDOT; LAVAL, 2016) –, tal desidratação será analisada aqui como resultado da crescente desvinculação entre produção de conhecimento e forma social. Ou seja, com a emergência da nova economia do conhecimento, baseada na transmissão da informação, altera-se não apenas a própria natureza da ciência, das instituições pedagógicas e diferentes formas de consciência individual, tornadas, doravante, investimentos rentáveis que devem ser mensurados, mas também sua própria relação com o que se poderia chamar de produção de *sociedade*. Do ponto de vista das economias pós-industriais, a produção epistemológica contemporânea já não deveria tratar tanto da esfera pública política ou da *universalidade de direitos*, mas do incremento de serviços e procedimentos operacionais que aperfeiçoem as organizações como agentes econômicos do capital (CHAUI, 2018). Trata-se da conjunção histórica em que as instituições passam a estar fundadas no axioma da empresa como paradigma de subjetivação, e o conhecimento orientado tanto pela autorreprodução organizacional quanto pelos ideais de aperfeiçoamento pessoal. Desse contexto, portanto, advém a aguda dissociação entre produção de conhecimento e forma social, em que o retraimento da virtualidade do tempo, como subs-

trato de inteligibilidade dos saberes contemporâneos, constitui um de seus resultados práticos mais significativos.

3. Mdiatização e modernização social

A modernização social da qual tratamos não é exatamente recente. A rigor, as bases da “guinada conservadora e neoliberal [como] resposta política à crise econômica e social do regime fordista de acumulação de capital” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 189), identificada nos anos 1970-1980, com os governos de Margaret Thatcher e Ronald Reagan, podem ser encontradas em situações históricas que a antecedem. É o caso, por exemplo, do Colóquio Walter Lippmann, em Paris, 1938, em apresentações de Louis Rougier, membro do Círculo de Viena e organizador do encontro, ou do próprio Lippmann, homenageado pelo seminário, que defendem tanto um amplo processo educacional, que *adapte* os indivíduos para a inevitável economia de mercado, como um Estado capaz de “purificar o mercado concorrencial através de um enquadramento jurídico cuidadosamente ajustado” (ibid., p. 69). Da mesma forma, tais ideais podem ser observados nos princípios pleiteados pelo ordoliberalismo alemão, especialmente naqueles de impulso sociológico, como o de Walter Eucken e Wilhelm Röpke, que defendem deveres e obrigações dos indivíduos como condição de um Estado descentralizado, em que se deve ter em conta a crescente responsabilização individual como base do princípio de *subsidiariedade* entre as esferas locais, regionais e nacionais (DARDOT; LAVAL, 2016). E, finalmente, como uma das marcas mais contundentes do atual formato *neoliberal*, pode-se citar o pensamento austro-americano de Ludwig von Mises e Friedrich Hayek, que empreendem o viés *comunicacional* do conhecimento como fator decisivo para a economia de mercado. Para os autores, a “economia de mercado é uma economia de informação”, sendo a questão central “saber como os indivíduos vão poder tirar o melhor partido da informação fragmentária de que dispõem” (ibid., p. 144). Segundo eles, cada indivíduo possuiria uma gama de conhecimentos incompletos e estruturalmente dispersos. Todavia, numa economia de livre troca, eles poderiam ser continuamente aperfeiçoados,

posto que complementados pela intensificação da comunicação. A passagem implicaria reconhecer tanto o pragmatismo das novas práticas epistemológicas, sem qualquer exterioridade à autoconstrução do próprio sujeito, quanto o imaginário da comunicação como princípio de livre troca econômica. No primeiro caso, tem-se o ideal de informação como sinônimo de um tipo de saber de que os indivíduos já não podem prescindir para vida em sociedade. De caráter prático, ele não apenas organizaria as instituições, mas, desde o desejo como importante ponto de inflexão, faria da autoconduta dos indivíduos um de seus alvos preferidos. Conhecimento aí seria aquilo “diretamente utilizável no mercado, relacionado às circunstâncias de tempo e espaço – o [...] que se refere não ao porquê, mas ao quanto [...] um indivíduo pode adquirir em sua prática, e cujo valor só ele pode avaliar” (ibid., p. 144). No segundo caso, sendo a base de toda uma economia da escolha, o imaginário da intensificação da comunicação (ilimitada) aponta para o aperfeiçoamento do próprio funcionamento do mercado, em que o domínio, o acúmulo e a livre troca de conhecimento (informação), a rigor, se constituiriam *modus operandi* de multiplicação do capital financeiro.

De uma forma ou de outra, em suas diferentes facetas, em que busca intensificar um tipo particular de ingerência do Estado sobre a economia de mercado, que já não subsistiria naturalmente, mas artificialmente, o neoliberalismo encontra no viés *comunicacional* do conhecimento um aliado de peso. Na realidade, por ocasião da passagem do conhecimento à condição de agente direto de acumulação das chamadas economias pós-industriais, eles se tornam inseparáveis. Segundo Marilena Chaui (2014, p. 92), pelo menos desde a década de 1970, tais economias passam a ser determinadas fundamentalmente pela substituição da “lógica da produção pela da circulação [...] da lógica do trabalho pela da comunicação”. Em ambas, a novidade estaria na sociedade de mercado definida como sistema de transmissão de informações (OUELLET; MARTIN, 2018).² Tra-

2 De acordo com Ouellet e Martin (2018), a revolução epistemológica neoliberal, que passa pela ideia do mercado entendido como um “sistema cibernético de transmissão de informações”, tem como marco o trabalho de Hayek, em especial, o artigo “O uso de conhecimento na sociedade” (HAYEK, 1945). Segundo aqueles autores, o texto foi a base teórica que fundamentou uma série de financiamentos

ta-se de concebê-la como “um sistema cibernético que transmite informações aos agentes econômicos, os quais [seriam], eles próprios, pensados ‘como processadores de informação’” (Mirowski, apud *ibid.*, p. 84; tradução nossa). Ora, dessa nova estruturação emergiria a articulação mais explícita entre o fenômeno da midiaticização e o tipo de produção que caracteriza hoje as economias pós-industriais. Redefinidas pelos ideais de informação, tais economias já não podem prescindir da *visibilidade* e da *circulação*, como vetores efetivamente comunicacionais, fundantes do campo da produção. Em outras palavras, uma vez que a informação, como forma de autorreprodução do próprio capital, viveria da necessidade tanto da intensificação de sua circulação quanto de sua livre troca, ela teria necessariamente no viés comunicacional seu modo predominante de estruturação. Diferentemente do *laissez-faire*, baseado numa atitude abstencionista, o neoliberalismo empreende uma forma de poder *positivo* que investe em produção imaterial, em que “mais informação e mais comunicação significam mais produtividade, aceleração e crescimento” (HAN, 2015, p. 18). Em síntese, entre as novidades do neoliberalismo estaria o que Sodré (2014) denomina a dimensão organizativa da midiaticização. Segundo ele, resultado dos recentes hibridismos da comunicação com a informação, a midiaticização é o acontecimento que a insere no centro do ideal administrativo da transparência, em que emerge como “ideologia mobilizadora de um novo tipo de força de trabalho, correspondente à etapa presente de produção das mercadorias por comando global” (*ibid.*, p. 85). No cenário em questão, portanto, o conjunto das instituições passa a estar fundado nos vetores da *circulação*, sob os auspícios do tempo real, e da *visibilidade*, em que predominam as gramáticas da imagem. No primeiro caso, falamos da “fusão das telecomunicações com a informática [que] instaura a ditadura do tempo real e a imediatidade das respostas às exigências dos mercados financeiros” (GAULEJAC, 2007, p. 41); no segundo, das injunções ao que seria a eficácia do novo regime econômico acionário, que faz do *eu* fonte de voluntária sujeição organizacional. Ambos os vetores constituem a base

de políticas públicas, em grande parte nos países industrializados, a partir de 1970.

do atual sistema produtivo em que as organizações se pautam por procedimentos operacionais que aperfeiçoem a si mesmos como agentes econômicos do capital.

4. Sobre o tempo real, viés da circulação

No caso do *tempo real* como modo de atribuição de valor a seus diferentes mecanismos de inteligibilidade, as organizações ampliam, em níveis nunca antes imaginados, a *distância-velocidade* como “grandeza primitiva aquém de toda medida tanto de tempo como de lugar” (VIRILIO, 2014, p. 14). Segundo Virilio (1997), ainda que não seja exclusiva da modernidade, a nova grandeza torna-se uma espécie de métrica universal, tão importante para a política quanto a acumulação material para o próprio capitalismo. Na realidade, como objeto de investimentos diversos em torno de sua permanente otimização, o tempo parece ter estado sempre na condição de um dos principais substratos de valor, no conjunto dos sistemas econômicos. Todavia, hoje, em meio à cultura das interfaces, sua atualidade histórica parece estar dada na própria ausência de duração como pressuposto do funcionamento social. Nesse caso, as dimensões que envolvem o tempo presente não resultam apenas da aceleração da velocidade, mas também, e sobretudo, do futuro como um dos mais importantes dispositivos de poder (AGAMBEN, 2017). Frente ao advento do *big data*, é nossa abertura ao indeterminado que já não se assemelha a nenhuma outra. Diante da *economia libidinal* dos dados (HAN, 2015), passamos à figura histórica do *risco* como mediação histórica de um *real* reduzido à noção de intimidação (BADIOU, 2017). Como afirma Vaz (1999, p. 12), pelo *cálculo do futuro*, acompanhamos “a invasão do cotidiano pela ciência e pela tecnologia, a articulação nova entre mídia e ciência, e a mídia legitimando-se por ocupar o lugar daquele que na sociedade adverte da existência dos riscos e propõe os meios de contorná-los”. Em termos epistemológicos, portanto, passamos a saberes que têm na gestão do tempo presente sua principal alienação. Trata-se de operações epistemológicas que se dedicam a uma severa modulação das empirias desvairadas de um real finalmente contábil, de onde emerge a articulação mais explícita entre o fenômeno da midiatização e o tipo de

produção de conhecimento que caracteriza as economias pós-industriais. De todo modo, não falamos de qualquer midiatização, senão daquela que engendra o conhecimento como “gestão do cotidiano tendo em vista os hábitos de vida e os riscos que se corre” (ibid., p. 12). Em outras palavras, a midiatização como processo que articula um novo tipo de produção de conhecimento, entrelaçado ao dia a dia e no qual, segundo Paulo Vaz (p. 11), “os valores maiores [...] parecem ser, na relação consigo, o bem-estar, a juventude prolongada, o autocontrole e a eficiência; [...] valores [que] implicam o cuidado a partir do risco como fundo de negatividade a ser evitado”. Em suma, falamos aqui da midiatização como fenômeno que circunscreve o conhecimento à autogestão da própria vida. Como afirma Agamben (2009), trata-se agora do contexto em que os homens já não enxergam outros propósitos históricos que não a sua autogestão. Por isso, a predominância de um tipo de inteligibilidade plasmada aos fluxos informacionais, que reifica a crença de que as experiências *vividas* já não podem ser *pensadas*, de onde parece se justificar a sensação de que “os acontecimentos [parecem estar] sempre à frente da possibilidade de que sejam interpretados pelos indivíduos, assim como o derrame social das tecnologias [parece] est[ar] à frente da sua interpretação pelas formas individuais e coletivas de consciência” (SODRÉ, 2014, p. 77). Circunscritas, portanto, às lógicas de otimização de resultado, as atuais práticas epistemológicas levam à fabricação de narrativas cada vez mais marcadas pela ausência de qualquer tipo de exterioridade que não o aperfeiçoamento individual ou a autorreprodução organizacional. Resultando tanto da “cientificização do cotidiano” quanto da simulação do futuro como importantes vetores de reestruturação do campo do trabalho, elas permanecem coladas à lógica enunciativa do tempo real. Todavia, por meio dos regimes de programação, o que se atrofia paradoxalmente é a própria capacidade epistemológica de autodeterminação *no* tempo presente. Areladas à velocidade, tais práticas fixam a experiência do tempo ao signo da *disponibilidade* (HAN, 2014b) e com isso têm dificuldade de recolher do devir histórico inflexões que subsidiem novas chaves interpretativas.

Considerado um dos principais filósofos do século XIX, Hegel (1770-1831) afirma, em *A ciência da lógica* (HEGEL, 2012), que o devir da história é o resultado da permanente tensão entre

o *que é* e o *que não é*. Embora aparentemente separados pelo movimento dialético, eles experimentam uma unidade, que na realidade sempre existiu, ainda que no campo das aparências figurem separados. Na tensão entre *o Ser e o Nada*, “cada um deles desaparece no seu oposto”, sendo esse o próprio devir da história (CHÂTELET, 1985, p. 52). Ora, fundadas no valor constitutivo da velocidade, as lógicas do tempo real já não toleram a presença de um *outro* que não seja sua própria intensificação. Assim, elas não apenas se desvinculam de qualquer experiência de duração, necessariamente sustentadas na tensão dialética eu-outro, positivo-negativo, mas, sobretudo, acabam por não reconhecer, na temporalidade imanente ao próprio devir histórico, um espaço de inferência e construção de chaves prospectivas. De outra maneira, elas se vinculam agora ao *hiper-realismo* que, “mais real do que a realidade” (HAN, 2018, p. 111), já não nos demanda tanto discernimento, mas adesão aos seus sensorialismos arrebatadores. Circunscrita à *temporalidade do igual* (HAN, 2014), tem-se então a atual figura histórica do *sujeito espectral* que, segundo Agamben (2009), resulta da ocasião em que os “processos de subjetivação e [...] de dessubjetivação parecem tornar-se reciprocamente indiferentes” (2009, p. 47). Um sujeito que vive do tempo *simplesmente aditivo* (HAN, 2014b) e que confina as temporalidades a um *presentismo* “penoso e desesperado” (HARTOG, 2019, p. 148). Segundo Hartog (2019), caracterizado pela vertigem do enclausuramento do tempo presente ao regime do efêmero, o novo regime de historicidade – o *presentismo* – advém dos anos 1970 e responde tanto pela crise do futuro como horizonte revolucionário quanto pela atual consolidação da corrida pelo imediato. “O futurismo deteriorou-se sob o horizonte, e o presentismo o substitui. O presente tornou-se o horizonte. Sem futuro e sem passado, ele produz diariamente o passado e o futuro de que sempre precisa, um dia após o outro, e valoriza o imediato” (ibid., p. 148). Em resumo, por meio da contínua gestão do tempo presente, espécie de condição das economias pós-industriais, o paradigma emergente produziria um tipo de positivação do tempo que esvazia a noção de futuro como *negatividade* que necessariamente se subtrai aos nossos desejos de domínio pela linguagem. Em boa medida, a mudança ajuda a compreender uma época cujo conservadorismo encon-

tra na tecnologia um de seus principais fundamentos. Trata-se agora de uma inteligibilidade saturada de realismo que, a título de se salvar do *desastre* do tempo (VIRILIO, 2005), se define por uma atitude hostil para com o futuro, especialmente quando dos *empenhos* necessários às mudanças sociais no tempo presente.

5. Das gramáticas da imagem, o viés da visibilidade

Em síntese, por meio da velocidade como forma prática, o neoliberalismo esvazia o presente do vigor de sua virtualidade, isto é, de algum futuro já inscrito na ação humana, como condição emancipatória de diversos saberes, especialmente das humanidades. A questão nos parece particularmente relevante não apenas porque aponta para o problemático divórcio entre conhecimento e formas sociais necessariamente *inacabadas*, entre elas a própria democracia, mas também, e sobretudo, porque inscreve a produção epistemológica atual no que se poderia denominar a gestão social do comportamento. Aqui, portanto, a centralidade do segundo vetor já mencionado: a *imagem* como dispositivo estruturante do campo da produção. Nossa proposição é a de que, por meio das lógicas de reconhecimento ancoradas na *visibilidade*, o atual sistema produtivo consolida o *eu* como verdadeira mutação organizacional. Trata-se do contexto em que as organizações incorporam em seu espaço mais íntimo a lógica do “mercado financeiro como *agente disciplinante* para todos os atores da empresa, desde o dirigente até o assalariado de base: todos devem submeter-se ao princípio de *accountability*, isto é, à necessidade de prestar contas e ser avaliado em função dos resultados obtidos” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 201). A diferença é a naturalização da ideia de que os “sistemas de coação, tanto econômicos como sociais [...] [devem] obrigar os indivíduos a governar a si mesmos sob a pressão da competição, segundo os princípios do cálculo maximizador e uma lógica de valorização de capital” (ibid., p. 193). Em larga medida, tal naturalização é produzida pelos atuais dispositivos de poder que acrescentam às matrizes históricas do *dever* ou da *obrigação* aquelas da *potência* (AGAMBEN, 2014). Ou seja, na cultura do empreendedoris-

mo generalizado, o “poder [não se exerceria] como pura coerção sobre um corpo; [mas passaria a] acompanhar o desejo individual e orientá-lo” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 216). Nesse caso, a entronização da concorrência e a condução dos assalariados dar-se-iam menos por coações externas e mais pela “gestão por metas, avaliação de desempenho e autocontrole” (ibid., p. 228) em que se inserem a “motivação, o desejo de fazer melhor, de não se acomodar, a aspiração à realização individual” como fatores decisivos da *empregabilidade* (Drucker apud ibid., p. 228).

A partir de então falamos de uma *livre* sujeição. Como se o indivíduo no âmbito da produção já não atendesse a fatores externos, mas ao contínuo *aprimoramento de si mesmo* (DARDOT; LAVAL, 2016), que faz de seu comportamento o fator capaz de levá-lo a bater metas e ter seu desempenho reconhecido. Com isso, toda uma complexidade socioeconômica se reduz a “problemas organizacionais, e estes se resumem [...] a problemas psíquicos relacionados a um domínio insuficiente de si e da relação com os outros” (ibid., p. 345). Equiparam-se, portanto, liberdade e desempenho, fazendo com que os indivíduos fiquem entregues a suas pulsões como crivo de produtividade. Na passagem ao novo *disciplinamento* do capital financeiro, o *valor acionário* de cada organização demanda “técnicas contábeis e avaliativas de gestão [que façam] com que cada assalariado seja uma espécie de ‘centro de lucro individual’” (ibid., p. 226). Daí decorre a condição central do comportamento na atual esfera econômica. Na nova *violência aveludada* do capital financeiro, “a fonte da eficácia está no indivíduo: ela não pode mais vir de uma autoridade externa. É necessário fazer um trabalho intrapsíquico para procurar a motivação profunda. O chefe não pode mais impor: ele deve vigiar, fortalecer, apoiar a motivação” (ibid., p. 345). Em suma, seria como se as instituições ficassem resumidas a processos psicológicos, e os indivíduos fossem os únicos a responder pelos riscos do próprio destino. Apenas de sua força de vontade e motivação dependeria sua capacidade de ser bem-sucedidos, de onde a máxima de que, a partir de então, “temos de nos conhecer e nos amar para sermos bem-sucedidos. Daí a ênfase na palavra mágica: *autoestima*, chave de todo sucesso” (ibid., p. 345).

Em suma, as lógicas comportamentais não apenas inserem o *ethos da autovalorização* (DARDOT; LAVAL, 2016) no

centro do processo produtivo, mas instauram a imagem como pressuposto do novo propagandismo social, fazendo com que os acontecimentos, como nos lembra Baudrillard (1991, p. 76), já não tenham tanto sentido “não porque seriam insignificantes em si próprios, mas porque teriam sido precedidos pelos modelos (simulacros) com os quais o seu processo não faz mais do que coincidir”. Dito de outro modo, nas palavras de Sodré (2014, p. 81), assim como acontece na “psicanálise [...] [quando] o código recebe o nome de significante e este, por sua vez, precedendo o significado, submete o sujeito”, tem-se agora o apriorismo da imagem que, submetendo a consciência, torna-se “o suporte dos fenômenos ou dos enunciados”. Segundo Baudrillard (1991), portanto, entre os desdobramentos da ocasião em que “o sujeito como *suporte* dos fenômenos ou dos enunciados cede lugar ao código” (SODRÉ, 2014, p. 81) tem-se o feitio das imagens como espécie de juízo puro cujo efeito aponta ao vertiginoso aumento de nossa “paixão niilista pelos modos de desaparecimento do real” (BAUDRILLARD, 1991, p. 197). Tomado pela intensificação do sensorialismo generalizado, marca do hiper-realismo contemporâneo, quando nossas percepções sensoriais passam a ser mais reais que o próprio o real – por isso passamos a demandar mais sensações para imprimir mais sentido de realidade a nossas coisas –, vai-se dando o desaparecimento do real em suas diferentes vias.

Ora, o presente cenário aponta para uma profunda transformação da cultura reflexiva. No contexto dos mais recentes regimes de visibilidade, os ideais de conhecimento são orientados então pelo gerencialismo intelectual (GOULEJAC, 2007), legitimado agora pelos nexos da competição e do desempenho, como novas métricas universais. A rigor, ancorados nas lógicas do eu como sinônimo de eficácia organizacional, nos lançamos apaixonadamente à produção científica em que “a gênese social dos problemas, as situações reais, nas quais a ciência é empregada e os fins perseguidos em sua aplicação são por ela mesma considerados exteriores” (HORKHEIMER, 1975, p. 163). Com isso, inaugura-se uma espécie de obscurantismo transparente, fundado paradoxalmente em procedimentos científico-tecnológicos, que nos cegam para destinos comuns na medida em que adotam tanto o tempo real quanto o ideal da imagem como prin-

cípios de *livre* sujeição. Na realidade, em ambos, teríamos a gestão do comportamento na base de novas e refinadas formas de violência, em que a atividade reflexiva, colada irrefletidamente a lógicas de guerra, engendra voluntariamente a autorreprodução do próprio capital.

6. A questão da virtualidade do tempo nas humanidades

Da perspectiva epistemológica, entre os efeitos da experiência de conhecimento reduzida à noção de imagem e de tempo como disponibilidade, teríamos seu fechamento ao princípio de exterioridade do próprio tempo, o qual, necessariamente atópico, teria alimentado diversos projetos emancipatórios. Orientada pela velocidade no cômputo geral das ocorrências, uma ampla gama de saberes permaneceria hoje “desprovida da negatividade da atopia” (HAN, 2014b, p. 54) do próprio tempo. Ou seja, viveríamos da dificuldade de reconhecer a presença de um vir a ser sem lugar, *força ascensional* (ibid., 2014b), cravado na imanência do tempo. Diferentemente de uma inteligibilidade imaginativa de base ética e política, bem como fundada em situações históricas efetivas, passaríamos ao ideal de saber fundado na “positividade de um estado de coisas”, em que tanto a recuperação do passado quanto a acessibilidade do futuro passam a ser realizadas de modo indiferente à vivência do tempo presente (HAN, 2015, p. 76). Tal questionamento parece se justificar se lembrarmos que, ao menos como herança moderna, o presente fora um tipo de virtualidade decisiva para a produção epistemológica, especialmente em sua vinculação com diferentes conquistas sociais, entre elas a própria democracia. Aqui, cabe lembrar Habermas (2015), para quem o tempo presente é a base de um conjunto de saberes que dá origem à nossa atual experiência de esfera pública política. Segundo o autor, a modernidade caracteriza-se como contexto que já não recebe “[...] critérios orientadores dos modelos oriundos de outras épocas” (ibid., p. 210). De outra maneira, “[...] [Ela] se vê exclusivamente posta sobre si mesma [...] [ou seja] tem de extrair de si mesma sua normatividade” (ibid., p. 210). Como resultado, o período

é aquele que instala o protagonismo do tempo presente como própria divisa. Entre tradição e inovação, estaria a emergência do tempo presente como resultado da *fusão de história e utopia*, assim como dessa síntese, diz ele, pelo menos desde a Revolução Francesa, viveria nossa experiência de esfera pública. Segundo o filósofo, de fato, é preciso reconhecer a crise das energias utópicas que nascem do entrecruzamento de dois movimentos emancipatórios: de um lado, a “fundação de formas de vida igualmente estruturadas, que ao mesmo tempo deveriam liberar espaços de ação para a autorrealização individual e para a espontaneidade” (ibid., p. 224); e, de outro, as possibilidades de o “cidadão livre e com iguais direitos, estendido à esfera da produção, poder se tornar o cerne cristalizador de formas de vida autônomas” (ibid., p. 226). Em resumo, a crise seria do modelo que vislumbrou atrelar prerrogativas de justiça social ao Estado democrático de direito. Tal esgotamento, todavia, não diria tanto do desaparecimento total das utopias, mas daquelas vinculadas ao contexto do *produtivismo universal*. As utopias, segundo ele, fazem parte de importantes conquistas da *modernização cultural*, decisivas para nossa condição política e não deveriam ser confundidas com o tipo de *modernização social* que predominou até aqui. Por isso, a necessidade da compreensão tanto das atuais formas neoliberais no campo do trabalho quanto da diferenciação dos processos de modernização cultural e modernização social.

Em larga medida, então, estaria aí a particularidade do tempo presente no âmbito epistemológico. Criado pela modernização cultural, ele se situa justamente na condição de passagem, entre possíveis rupturas com o passado e a espontaneidade do futuro, condição em que se observa a presença de um tipo de virtualidade que lhe é intrínseco, ou seja, ao tempo presente pertenceria um tipo de *negatividade*, uma abertura ao indeterminado, em que as coisas que ainda não são se tornam constitutivas das que já estão. Trata-se, portanto, do tempo presente como espaço da tensão positivo/negativo, eu/outro, que funda o devir da história (CHÂTELET, 1985). Ora, tal virtualidade pode ser considerada um marco para as ciências humanas. Consagrada por sua dimensão emancipatória, ela orientou diversas respostas não apenas quanto à dialética entre conhecimento e

forma social, mas, sobretudo, quanto à própria alteridade das ciências humanas – em larga medida, oriunda da experiência do tempo como autodeterminação humana. Trata-se do pressuposto, especialmente caro às humanidades, de que foi o tempo, em particular o tempo presente, a virtualidade que lhes permitiu o elo com determinados projetos de liberdade. Elo possível em função da própria conquista da virtualidade do presente – não tanto na direção de exercícios de futurologia, mas de um tipo de abertura à espontaneidade do futuro, segundo nossa capacidade, como afirma Agamben (2009), de *repensar o presente*.

7. Gestão social do comportamento

Hoje, todavia, como forma de desafiar os preceitos defendidos por Habermas (2015), encontram-se os atuais procedimentos de poder pelos quais o neoliberalismo renova sua influência sobre o mundo da vida. De modo mais específico, tais vetores atuam agora no agenciamento de uma nova *racionalização do desejo* (DARDOT; LAVAL, 2016) no campo do trabalho, que intensifica a *saída* da liberdade da figura histórica de contração (HAN, 2015). De acordo com Dardot e Laval (2016, p. 7), de fato, “o capitalismo é indissociável da história de suas metamorfoses [...], das estratégias que o renovam”. Por isso, dizem eles, um dos desafios hoje remete à compreensão de sua atual forma histórica. Trata-se de uma heterogeneidade morfológica que não diz tanto de representações ideológicas, mas de normas práticas de vida, centradas no autogoverno dos indivíduos. Para os autores, devemos pensar em uma nova racionalidade, caracterizada pela “generalização da concorrência como norma de conduta [universal] e da empresa como modelo de subjetivação” (ibid., p. 17). Sob a influência da razão governamental de Michel Foucault, Dardot e Laval analisam o neoliberalismo como conjunto de dispositivos que já não lida tanto com instituições, mas com procedimentos de poder, técnicas de governar, as quais, de caráter transversal e sistêmico, atravessam domínios muito diferentes, desde relações sociais mais íntimas até ações governamentais globais. Tal natureza já não permite que falemos de campos sociais, mas de lógicas normativas que os atravessam e,

a rigor, são indiferentes a suas especificidades. A diferença agora estaria na forma com que tais lógicas atuam positivamente, produzindo modos de viver que se reconheçam supostamente cada vez mais livres. Diferentemente da sociedade disciplinar, em que a domesticação dos corpos fez da liberdade figura de contração, a sociedade positiva tem na liberdade sua condição de possibilidade (HAN, 2015). Para ela, “governar não é governar contra a liberdade ou a despeito da liberdade, mas governar pela liberdade, isto é, agir ativamente no espaço da liberdade dado aos indivíduos para que estes venham a conformar-se por si mesmos a certas normas” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 19). Dito de outra maneira, “longe de remeter à disciplina para alcançar o mais íntimo do indivíduo, [os governos visam agora] [...] obter um autogoverno dos homens” (ibid., p. 18). Trata-se, em suma, da ideia de que “governar é conduzir a conduta dos homens, desde que se especifique que essa conduta é tanto aquela que se tem para consigo [...] quanto aquela que se tem para com os outros” (ibid., p. 19). Ora, a novidade estaria na entronização da liberdade e do desejo como espécies de ativos pessoais, que independem das condições sociais e/ou institucionais, como os únicos capazes de nos levar aos atuais ideais de uma vida bem-sucedida. Por isso, a partir deles, devemos assumir todos os riscos sobre nossos próprios destinos, o que significa dizer que a figura histórica do neoliberalismo é a responsabilização total do indivíduo por seus sucessos e fracassos. No campo do trabalho, portanto, o alcance do reconhecimento profissional dependeria do mérito de nosso empreendedorismo pessoal. Cada um de nós é a empresa ou ainda é *uma* empresa. Por isso, afirmam Dardot e Laval (ibid., p. 327), “o efeito procurado pelas novas práticas de fabricação e gestão do novo sujeito é fazer com que o indivíduo trabalhe para a empresa como se trabalhasse para si mesmo e, assim, eliminar qualquer sentimento de alienação e até mesmo qualquer distância entre o indivíduo e a empresa que o emprega”. Tudo isso faz com que o desejo e a liberdade se tornem o grande foco dos novos investimentos, das estratégias e dos modos de adesão aos recentes formatos de trabalho. Trata-se agora de fazer boa gestão do desejo e da liberdade, regida pelo princípio do prazer, em que o humor alegre e descontraído se torna sinônimo da estratégia gerencialista nas organizações (GAULE-

JAC, 2007). Nesse contexto, portanto, “o sujeito unitário é o sujeito do envolvimento total de si mesmo. A vontade de realização pessoal, o projeto que se quer levar a cabo, a motivação que anima o *colaborador* da empresa, enfim, o desejo é [...] substituído dos dispositivos de direção de conduta” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 327). Naturalmente, segundo Dardot e Laval, essas novas formas de subjetivação e sofrimento resultam do enfraquecimento contínuo dos direitos do trabalhador; da fragilização das atuais formas de assalariamento; das simplificações da demissão; des-sindicalização; redução do poder de compra, etc. Em síntese, “na fragilidade do pacto [civilizacional representado pela crise ética do trabalho] o indivíduo é entregue a si mesmo e a seu fluxo pulsional. Na ausência de *outros* [...], [vigora] a promessa de infinitude, para os desejos, para as conquistas e... para os fracassos” (Bendassolini apud GAULEJAC, 2007, p. 13).

8. Conclusão

O resultado é que no novo mundo do trabalho o comportamento é conduzido à condição de substrato de acumulação do capital. Em larga medida, advém dessa condição o novo obscurantismo de que trata Habermas. Isso porque se juntam agora as duas pontas defendidas pelo neoconservadorismo: de um lado, o retorno do estigma cultural, “pois uma cultura que se tornou *profana* põe em ação atitudes subversivas; [e] contrasta [...] com a disposição à produtividade e à obediência [...] da qual dependem funcionalmente uma economia eficiente e uma administração estatal racional” (HABERMAS, 2015, p. 71); de outro, a defesa do neoliberalismo mais radical, capitaneada agora pelo Estado, que se desvincula e concorre com o próprio processo democrático, dado o “desacoplamento mais forte entre a administração e a formação pública da vontade” (*ibid.*, p. 227). Na lógica da eficácia, portanto, os meios se desvinculam dos fins, e com isso a democracia migra das *narrativas* do comum, mais alargadas e marcadas pelo signo da causalidade, àquelas fragmentadas de oportunidade prática em que “o político [deve] permanecer avesso aos pontos de vista de justificação moral” (*ibid.*, p. 80). A mudança traz implicações político-epistemológicas decisivas.

No contexto do “Estado forte, guardião do direito privado” (DAR-DOT; LAVAL, 2016, p. 157), o conjunto de saberes deixa de ser regido pelo espaço público, submetendo-se aos mecanismos de defesa e sobrevivência das organizações. Ou seja, como forma de garantir a normatividade prática do direito privado, assim como de protegê-la das injunções políticas, o conhecimento radicaliza a condição de máquina de guerra. Seja subsidiando lutas concorrenciais entre empresas ou entre elas e trabalhadores e mesmo entre elas e públicos consumidores externos, o que se denomina conhecimento tem se resumido predominantemente à otimização de resultados ou à defesa das próprias empresas. Por isso há um conjunto de saberes na base do novo obscurantismo. Não apenas porque eles se desvinculam do espaço público e deixam de integrar uma ordem de representação, em que a ética do trabalho é sinônimo de uma herança civilizacional mais ampla, mas porque seu viés privatista planifica toda produção simbólica aos imperativos de rendimento, em que as acrobacias do resultado se equiparam a qualquer senso comum, dado que vinculam (e naturalizam) toda produção de valor ao comportamento como lógica de competitividade, tendo em vista o sucesso e o reconhecimento profissional.

Em oposição ao que foi definido por Bourdieu, Chamboredon e Passeron (2007), em relação à produção do conhecimento, no sentido de que um dos passos iniciais na conquista de sua legitimidade seria sua ruptura com o senso comum, o conhecimento como gestão do comportamento se mistura com ele ao reduzir toda sua forma discursiva aos regimes do resultado pela competição, da eficiência pela guerra. Avesa ao manejo de “conteúdo”, que pertenceria ao campo teórico, assim como a um relativo domínio e autonomia por parte dos indivíduos, a “prática” da gestão enclausura o conhecimento em uma espécie de subjetividade contábil e financeira (DAR-DOT; LAVAL, 2016, p. 31), centrada predominantemente nos valores da concorrência e do resultado, que fazem da “própria vida, em todos os seus aspectos [...] objeto dos dispositivos de desempenho e do gozo” (ibid., p. 356). Em suma, em nome da liberdade, abre-se vasto campo de arbitrariedade e violência, que tem *no* desejo importante esfera de batalhas culturais e amálgamas epistemológicos em nossa contemporaneidade. Do

ponto de vista da midiaticização, muito especialmente nos casos da visibilidade e da circulação, os dispositivos comunicacionais respondem agora pela produção de “modalizações discursivas” centradas em “regimes de programação e controle” (AIDAR PRADO; PRATES, 2017, p. 7), que intensificam a valorização do eu como verdadeira mutação organizacional. Tais dispositivos ampliam, enfim, tanto os imperativos da fruição quanto a sobreposição dos nexos privados sobre os públicos, especialmente quando do resumo dos acontecimentos políticos a questões de gosto ou preferência pessoal. Daí a retração do espaço público alargado resultante não apenas de “interações saturadas de estímulo [e] pobres em encontros” (HABERMAS, 2015, p. 45), mas sobretudo de um verdadeiro mercado dos sentimentos, da intimidade como espetáculo, das múltiplas formas de exploração do *valor-afeto* (SODRÉ, 2006).

Referências

- AIDAR PRADO, J. L.; PRATES, V. (org.). *Sintoma e fantasia no capitalismo comunicacional*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- AGAMBEN, G. *Che cosa resta? Rivista Quodlibet*, Macerata, srl., 2017.
- AGAMBEN, G. *O que é o contemporâneo? E outros ensaios*. Trad. Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.
- AGAMBEN, G. *Nudez*. Trad. Davi Pessoa. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.
- BADIOU, A. *Em busca do real perdido*. Trad. Fernando Scheibe. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- BAUDRILLARD, J. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- BOURDIEU, P.; CHAMBOREDON, J-C.; PASSERON, J-C. *Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.
- CHÂTELET, F. *O pensamento de Hegel*. 2. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1985.

- CHAUI, M. Conferência Sindicato dos Docentes da Universidade de Brasília (ADUnB). Abertura da XVIII Semana Universitária da Universidade de Brasília (UnB). 2018.
- CHAUI, M. *A ideologia da competência*. Belo Horizonte: Autêntica Editora/São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2014.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Trad. Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FREITAG, B. Habermas e a Teoria da Modernidade. *Revista de Ciências Sociais do Centro de Estudos e Pesquisas em Humanidades da Universidade Federal da Bahia, Salvador*, v. 8, n. 22, p. 138-163, jan.-jun. 1995.
- GAULEJAC, V. *Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. Trad. Ivo Storniolo. Aparecida: Ideias e Letras, 2007. (Coleção Management, 4).
- GIL, J. Um virtual ainda pouco virtual. *Imagem e Vida: Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, n. 31, 2003.
- HABERMAS, J. *A nova obscuridade: pequenos escritos políticos V*. Trad. Luiz Repa. São Paulo: Editora Unesp, 2015.
- HAN, B-C. *No enxame: perspectivas do digital*. Trad. Lucas Machado. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2018.
- HAN, B-C. *Psicopolítica – Neoliberalismo e novas técnicas de poder* Lisboa: Relógio D'Água, 2015.
- HAN, B-C. *A sociedade da transparência*. Lisboa: Relógio D'Água, 2014a.
- HAN, B-C. *Agonia de Eros*. Lisboa: Relógio D'Água, 2014b.
- HARTOG, F. *Regimes de historicidade: presentismo e experiências do tempo*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.
- HAYEK, F. The Use of Knowledge in Society. *American Economic Review*, v. 35, p. 519-530, 1945.
- HEGEL, G. W. F. *A ciência da lógica*. Tradução Marco Aurélio Werle. São Paulo: Barcarolla, 2012.
- HEGEL, G. W. F. *Razão na história: introdução à filosofia da história universal*. Trad. Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995.

- HORKHEIMER, M. Filosofia e Teoria Crítica. In: *Textos Escolhidos* / Walter Benjamin, Max Horkheimer, Theodor Adorno, Jürgen Habermas. São Paulo: Ed. Abril, 1975. p. 125-162.
- KANT, I. *Crítica da razão pura*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1994.
- KANT, I. Resposta à pergunta: o que é “esclarecimento”? In: *Textos seletos*. Ed. bilíngue. Trad. de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 1985. p. 100-116.
- KOSELLECK, R. *Futuro passado: contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto/Editora PUC-Rio, 2006.
- OUELLET, M.; MARTIN, É. University Transformations and the New Knowledge Production Regime in Informational Capitalism. *Academic Labour, Digital Media and Capitalism*. Special Issue, edited by Thomas Allmer and Ergin Bulut. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique*, v. 16, n. 1, p. 78-96, 2018.
- QUIROGA, T. *Pensando a episteme comunicacional*. Campina Grande: Eduepb, 2013.
- QUIROGA, T.; CASTRO, T. “A hora do Xibé”: comunicação e juventude indígena no Baixo Amazonas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 19, n. 33, p. 72-81, jan.-abr. 2020. Dossiê temático: Movimentos Sociais, Migrações e Povos Indígenas.
- RENAUT, A. *Nascimentos da Modernidade: história da filosofia política 2* [Births in Modernity: History of Political Philosophy 2]. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.
- SODRÉ, M. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- SODRÉ, M. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.
- VAZ, P. Corpo e risco. *Forum Media*, Viseu, v. 1, n. 1, p. 101-111, 1999.
- VIRILIO, P. *O espaço crítico: e as perspectivas do tempo real*. Trad. Paulo Roberto Pires. São Paulo: Editora 34, 2014.
- VIRILIO, P. *L'accident originel*. Paris: Édition Galilée, 2005.

VIRILIO, P. *Velocidade e política*. São Paulo: Estação Liberdade, 1997.

Mediatização, sociedade e sentido: conceitos transversais

Mediatization, society and meaning: transversal concepts

Pedro Gilberto Gomes¹

RESUMO: No desenvolvimento da pesquisa sobre mediatização, surge com força a realidade de outros temas que permitem ao pesquisador equacionar o trinômio: mediatização, sociedade e sentido. Há uma relação dialética de base entre os três pontos do trinômio. A sociedade, como relações humanas e sociais, situa-se numa ambiência que a identifica como uma sociedade em mediatização e lhe confere sentido. Pois uma abordagem que procure compreender a realidade de uma sociedade em vias de mediatização deve, necessariamente, abordá-la a partir de realidades tangíveis, acessíveis via estudos dos meios individuais, mas superados em sua singularidade por outros conceitos que materializam, empiricamente, a mediatização na sociedade atual. Será a visão da transcendentalidade que permitirá ir além da visão cartesiana da realidade. A fragmentação excessiva poderá ser superada pela agregação de diferenciados temas para discussão do fenômeno.

PALAVRAS-CHAVE: Mediatização. Sociedade. Conceitos transversais. Transversatilidade.

ABSTRACT: In the development of research on mediatization, the reality of other themes that allow the researcher to set out the trinomial: mediatization, society and meaning emerges

1 Professor Titular PPGCC-Unisinos. E-mail: pgomes@unisinos.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8287-4307>.

strongly. There is a basic dialectic relationship between the three points of the trinomial. Society, as human and social relations, is located in an environment that identifies it as a society in mediatization and gives it meaning. An approach that seeks to understand the reality of a society in the midst of mediatization must necessarily approach it from tangible realities, accessible via studies of individual media, but surpassed in their singleness by other concepts that empirically materialize mediatization in today's society. It is the vision of transcendentality that will allow us to go beyond the Cartesian view of reality. Excessive fragmentation can be overcome by aggregating different themes to discuss the phenomenon.

KEYWORDS: Mediatization. Society. Transversal concepts. Transversatility.

É comum falarmos hoje em época de mudanças, graças ao extremo desenvolvimento tecnológico. Entretanto, muitos pensadores, ao examinarem o momento presente, dizem que em lugar de uma época de mudança estamos vivendo uma mudança epocal. Isto é, uma mudança de época. Um momento de enorme transformação social que implica uma nova época para a humanidade. Parafraseando esses pensadores, pode-se dizer que, mais do que um ambiente de transformações, a sociedade está passando por uma transformação que tem como resultado o estabelecimento de uma nova ambiência, profundamente relacionada com uma sociedade em midiatização.

Consoante isso, relacionar a questão da produção de sentido na sociedade com a midiatização é colocar a reflexão num patamar distinto daquele em que ela tem sido vista até agora. O que está sendo buscado é o processo de construção de sentido social num ambiente marcado pelo rápido desenvolvimento das tecnologias digitais, envolvendo todas as dimensões da realidade. Numa visão retrospectiva da reflexão sobre comunicação, constata-se que, num primeiro momento, ela esteve centrada na ação do emissor. O receptor era passivo. O importante era quem organizava a mensagem, passando-a diretamente para o receptor, considerado uma "tábula rasa". O ponto de partida era a concepção de Aristóteles sobre a arte da retórica, para quem essa

se compunha de três partes: locutor, discurso e ouvinte, com o objetivo de modificar o comportamento do ouvinte. Mesmo com as atualizações e precisões posteriores do sistema, ainda prevalecia a concepção de que havia uma ação direta do emissor que passava a sua mensagem para um receptor passivo. Considerava-se que esta mensagem chegava ao destinatário sem nenhuma interferência externa ou interna.

Esta posição evoluiu ao longo da história. Avançou-se para a visão de um receptor ativo². Aquilo que era comunicado pelo emissor sofria uma ação do receptor que o interpretava de acordo com a sua própria realidade, colocando no polo do receptor uma ação que, de certa maneira, contrabalançava o objetivo do emissor ao transmitir a mensagem.

Com o tempo, houve uma melhor precisão, visto que esta ação do receptor não era uma atividade pura e simples, mas uma atividade condicionada por mediações. Na relação entre receptor e emissor atuavam mediações que faziam com que a mensagem fosse reinterpretada a partir de mediações socioculturais, psicológicas, individuais, familiares, até vídeo-tecnológicas. Esta posição, por exemplo, foi inaugurada e desenvolvida por Jesús Martín-Barbero, com ápice no seu livro *Dos meios às mediações*³.

1. A transversalidade

Uma perspectiva adequada para estudar, analisar e compreender a comunicação hoje é abordá-la a partir de seus temas transversais. Isto é, determinar, ou apenas elencar, os temas transversais em torno aos quais se pode nuclear a realidade de uma sociedade em midiatização.

Por isso, antes de avançar nessa conexão, tratemos brevemente o que se entende por *conceitos transversais*.

2 Em 1982, a União Cristã Brasileira de Comunicação (UCBC) começou a fazer essa inflexão quando repensou o seu projeto de *Leitura Crítica da Comunicação* (LCC).

3 MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997. Mais tarde, seu pensamento disseminou-se por todo o continente. Um grande divulgador dessa posição foi o pesquisador mexicano Guillermo Orózcó Gómez, discípulo de Martín-Barbero.

A noção de conceitos transversais nasceu fora do universo da comunicação e, conseqüentemente, da midiatização. Sua origem encontra-se no âmbito da educação, onde se postula uma pedagogia que procura dar conta da complexidade a partir de temas que são tratados na transversalidade do currículo. Para alguns autores, a ideia de rizoma, teia ou redes neurais pode ser a forma mais adequada para a compreensão dos princípios de transversalidade. A característica da rede é estar em constante construção, onde os nós e as concepções são heterogêneos e significam uma multiplicidade de possibilidades de interligações. Cada nó pode ser composto por toda uma rede, aberta ao exterior, à soma e a conexões de outras redes. A rede não tem centro ou pode ter vários centros que agregam a si pequenas ramificações, inexistindo hierarquia entre os pontos e caminhos.

O campo da educação, onde surgiu e se disseminou o conceito de transversalidade, o entende como uma forma de organizar o trabalho didático no qual alguns temas são integrados nas áreas convencionais de forma a estarem presentes em todas. No contexto da educação, é necessário redefinir o que se entende por aprendizagem e repensar também os conteúdos que se ensinam aos alunos.

A partir da elaboração da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), de 1996, foram definidos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs) que, por sua vez, orientam para a aplicação da transversalidade. No âmbito dos PCNs, a transversalidade diz respeito à possibilidade de se estabelecer, na prática educativa, uma relação entre aprender conhecimentos teoricamente sistematizados (aprender sobre a realidade) e as questões da vida real e de sua transformação (aprender na realidade e da realidade)⁴. Não se trata de trabalhá-los paralelamente, mas de trazer para os conteúdos e para a metodologia da área a perspectiva dos temas.

2. Transversalidade e midiatização

A transversalidade difere da interdisciplinaridade porque, apesar de ambas rejeitarem a concepção de conhecimen-

4 Hoje se fala em *aprender a aprender, aprender a desaprender e aprender a reaprender*.

to que toma a realidade como um conjunto de dados estáveis, a primeira se refere à dimensão didática e a segunda à abordagem epistemológica dos objetos de conhecimento. Ou seja, se a interdisciplinaridade questiona a visão compartimentada da realidade sobre a qual a escola se constituiu, mas trabalha ainda considerando as disciplinas, a transversalidade diz respeito à compreensão dos diferentes objetos de conhecimento, possibilitando a referência a sistemas construídos na realidade dos alunos. Nesse sentido, a real pretensão das temáticas transversais é resgatar a dignidade das pessoas, a igualdade de direitos, a participação na sociedade e a corresponsabilidade pela vida social.

3. Midiatização e os temas transversais

No marco dos temas transversais, questiona-se, ou melhor, inquire-se sobre aqueles que se inserem na complexidade sistêmica da reflexão sobre comunicação. Quais são, numa sociedade em midiatização, os temas que perpassam transversalmente os estudos e as abordagens em termos de uma sociedade em midiatização?

Pode-se dizer que a busca da transversalidade é uma forma de organizar a pesquisa sobre a midiatização, onde alguns temas são integrados na análise dos processos midiáticos de maneira a estarem presentes em todos eles. Analisando o trabalho de alguns pensadores do tema, identificamos alguns temas que, para além do conteúdo, se fazem presentes, de modo transversal, em todos os estudos.

3.1. Circulação

Nesse contexto, ganha importância e transcendência o conceito de circulação. Ao se avançar na questão da circulação para além da superficialidade do fenômeno, afirma-se que está acontecendo um percurso que vai dos meios às midiatizações. Ou seja, um trajeto que sai de uma sociedade dos meios para uma sociedade em vias de midiatização⁵.

5 Para esse ponto, ver os trabalhos de Antônio Fausto Neto, Jairo Ferreira e Pedro Gilberto Gomes.

Quando o conceito de circulação⁶ é trazido para a reflexão e ligado à questão da midiatização, está-se diante de uma posição que advoga uma visão distinta e mais profunda do que seja a circulação. Fausto Neto não coloca a circulação à maneira do senso comum, ou seja, como as mensagens circulam na sociedade, na relação emissor/receptor.

Ao relacionar o conceito de circulação com o conceito de midiatização, ele está dizendo que neste processo de circulação na sociedade, da questão das mensagens das inter-relações, deve-se ir além do senso comum, ir além da superficialidade do conceito. Nesse processo de circulação, tanto o emissor quanto o receptor, também a sociedade na qual estes meios atuam, sofrem transformações e são modificados no circuito.

Fausto Neto, baseado nas posições de Eliseo Verón⁷, afirma que se deve ir além daquilo que aparece; ir além do fenômeno objetivo de uma circulação de mensagem, vendo essa circulação enquanto construtora de uma nova sociedade e como edificadora de uma nova ambiência. As pessoas e a sociedade são modificadas pelo processo de circulação que acontece a partir das tecnologias que estamos utilizando.

O emissor, o receptor, a sociedade e os meios não são simplesmente coisas materiais onde um locutor transmite ao ouvinte, um locutor que tem um meio, uma mensagem, um locutor que sofisticava os seus instrumentos, e um receptor que tem que decodificar a mensagem que recebe. Ninguém participa impunemente desse processo.

Antônio Fausto Neto desenvolve com mais rigor um trabalho que leva em conta o conceito de circulação. Um dos artigos, entre tantos, onde Fausto Neto explicita o seu pensamento foi publicado numa obra coletiva da Linha de Pesquisa Midiatização e Processos Sociais, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos⁸. Para ele,

6 Um conceito caro a Antônio Fausto Neto, professor e pesquisador vinculado à Linha de Pesquisa Midiatização e Processos Sociais do PPG em Comunicação da Universidade do Rio dos Sinos (Unisinos), em São Leopoldo, RS, Brasil.

7 Pesquisador argentino, considerado o primeiro no continente a falar em midiatização. Semiólogo, trabalhou na França, com fecunda produção intelectual. Publicou, entre outros, *Semiosis Social I* e *Semiosis Social II*.

8 FAUSTO NETO, Antônio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES,

linguagem e circulação pertencem também ao “estoque conceitual” de disciplinas das ciências sociais funcionalistas, que se debruçaram em torno de interrogações sobre fenômenos comunicacionais⁹.

Nesse binômio, a circulação ocupa um lugar específico, muito embora tenha adquirido “uma dimensão problematizada em um contexto” mais recente, o da “sociedade em vias de midiatização”¹⁰. Nesse sentido, a “circulação é concebida como uma região que trabalha segundo processos nos quais podem ser apresentadas marcas de sua atividade”¹¹. Para Fausto Neto,

o que caracterizaria a circulação no contexto da midiatização seria, de um lado, a sua condição de uma “estrutura que une”, ao produzir acoplamentos de práticas tecno-discursivas, ao mesmo tempo em que as poria em movimento, constituindo-se em fonte assim como na dinâmica e no processo de uma nova complexidade comunicacional¹².

Na perspectiva assumida por Fausto Neto a respeito da circulação, vemos que estamos diante de um conceito que se torna importante para estudar e compreender, sistemicamente, a sociedade em vias de midiatização.

3.2. Processo interacional de referência

Processo interacional de referência é um tema e um conceito caro a José Luiz Braga¹³. Para ele, a midiatização da sociedade envolve um terceiro elemento: a questão da resposta que completa o circuito. Em texto de 2006¹⁴, Braga entende a mi-

Pedro Gilberto. *10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. p. 43-62.

9 Ibidem, p. 43.

10 Ibidem, p. 46.

11 Ibidem, p. 47.

12 Ibidem, p. 49.

13 Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos e pesquisador da Linha de Pesquisa Midiatização e Processos Sociais.

14 Texto apresentada no Encontro da Compós.

diatização como o conjunto de reformulações sociotecnológicas, onde os processos midiáticos se deslocam para a processualidade interacional de referência. Sua reflexão parte daquilo que define um processo interacional como hegemônico. Ele se propõe abordar a diatização como processo interacional em marcha acelerada para se tornar o processo “de referência”¹⁵.

Para ele,

um processo interacional “de referência”, em determinado âmbito, dá o tom aos processos subsumidos [...]. Assim, dentro da lógica da mediação (sic), os processos sociais de interação mediada passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam¹⁶.

Nesse sentido, “processo interacional de referência” é uma perspectiva de organização da sociedade. Tais processos são os principais direcionadores na construção da realidade social¹⁷. A sociedade constrói a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos e grupos e setores da sociedade se relacionam¹⁸.

A compreensão explicitada por Braga coloca o *processo interacional de referência* como um conceito de extrema importância para o estudo da diatização, visto que ele, transversalmente, perpassa a contemplação de cada meio na pesquisa sobre os processos midiáticos.

3.3. Dispositivos

Outro tema transversal que não pode ser ignorado no estudo da diatização e dos processos midiáticos é a noção de dispositivos, inscrita no horizonte de pesquisa de Jairo Ferreira¹⁹, que parte da concepção de que a circulação é abstrata. Sua concretização acontece mediante a análise dos dispositivos midiáticos. Estes não são nem meio nem mensagem. Jairo afirma

15 Cf. *ibidem*, p. 2.

16 *Ibidem*.

17 Cf. *ibidem*, p. 3.

18 Cf. *ibidem*.

19 Professor do mesmo Programa e da mesma Linha.

que o dispositivo “é um lugar de inscrição que se transforma em operador de novas condições de produção e recepção, e, ao mesmo tempo, passagem e meio”²⁰. Para ele, “a pesquisa sobre os dispositivos na perspectiva da circulação/midiatização é sempre inferencial, produtora de proposições e novos questionamentos”²¹. Desse modo, constata que “a inscrição dos processos sócio-antropológicos nos dispositivos midiáticos produz novos usos, práticas e interações sociais midiaticizadas”²².

A posição de Jairo Ferreira, sumariamente apresentada acima, coloca a questão dos dispositivos como um tema transversal que permite uma abordagem sistêmica da midiatização hoje.

3.4. Imagens-totens

A pesquisadora Ana Paula da Rosa²³ valoriza, por sua vez, o conceito de imagens-totens,²⁴ apresentado em sua tese de doutorado e seu objeto de estudos relacionado com o conceito de midiatização.

Para ela,

pensar imagens hoje é pensá-las na ambiência da midiatização, uma vez que os processos sociais estão atravessados pelas lógicas de mídia. No entanto, falar em construção simbólica de imagens demanda abordar o poder simbólico²⁵.

Desta forma, podemos dizer que imagens-totens são imagens de poder, de modo a constituir símbolos de um acon-

20 FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. p. 147.

21 Ibidem, p. 148.

22 Ibidem.

23 Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Atualmente é professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos – Linha de Pesquisa Midiatização e Processos Sociais.

24 ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de rupturas. In: ARAUJO, Denize Correa; CONTRERA, Malena Segura (org.). *Teorias da imagem e do imaginário*. Brasília: COMPÓS, 2014. v. 1, p. 03-68.

25 Ibid., p. 28.

tecimento. Por exemplo, a imagem do atentado terrorista às Torres Gêmeas em 11 de setembro, uma das imagens que a autora analisa, foi inscrita na circulação e, sempre que acontece um novo atentado terrorista, somos remetidos a esta imagem e acontecimento. Segundo a autora, a imagem-totem resiste, superando mesmo os espaços polêmicos gerados, o que implica dizer que esta imagem se torna uma estrutura estruturante ou, nas palavras de Bourdieu, um poder simbólico.

Assim, o que chama a atenção no que tange à midiatização das imagens é que estas são, num primeiro momento, aproximações do acontecimento, considerando, aqui, representações de um dado referente. Numa segunda fase, as imagens já postas em circulação em dispositivos jornalísticos se tornam sínteses porque foram eleitas previamente, de acordo com a lógica do campo das mídias que desdobram estruturas profundas do social (necessidade de pertencimento), para adquirirem tal visibilidade. Já numa terceira etapa, a do reconhecimento, são novamente organizadas conforme regras táticas próprias da esfera social, o que não significa um contrato, mas envolve estruturas prévias de curto prazo, configuradas na distribuição e circulação, pois os símbolos transcendem o âmbito dos fenômenos da consciência individual. Isto é, o símbolo é construído em jogo, não por um ou outro jogador. Em outros termos, o símbolo que circula nos jornais, nas revistas, nos sites e blogs é fruto de interações. A noção de valorização das instituições jornalísticas se deve ao fato de que são elas que chancelam as imagens a serem postas em distribuição e circulação, inclusive quando diretamente impactadas e afetadas pelas demais esferas da midiatização²⁶.

Concluindo, Rosa afirma:

As imagens-totens são imagens autorreferenciais que são produzidas na circulação, pois elas só existem nessa tramitação, mobilizando a tríade freudiana de lembrança, repetição e perlaboração em potência. A primeira diz respeito à lembrança efetiva do acontecimento, ou do trauma no caso da psicanálise; a segunda, a uma forma de não recordar, ou seja, uma espécie de impedimento à lem-

brança. Já a perlaboração configura-se como uma reconciliação com o reprimido, portanto, lembrar para perlaborar ou elaborar de novo²⁷.

3.5. Ambiência

O conceito de ambiência ocupa o pensamento e a pesquisa de Pedro Gilberto Gomes²⁸. A extrema expansão das tecnologias digitais está a exigir que se considere a sociedade em vias de midiatização como a criação de uma ambiência que modifica o modo de ser no mundo das pessoas e instituições²⁹. O conceito de ambiência é considerado transversal, pois ultrapassa os limites dos diversos ambientes singulares para inscrever-se num espaço maior que expressa a complexidade do sistema.

Uma abordagem que procure compreender a realidade de uma sociedade em vias de midiatização deve, necessariamente, abordá-la a partir de realidades tangíveis, acessíveis via estudos dos meios individuais, mas superados em sua singularidade por conceitos transversais que materializam, empiricamente, a midiatização na sociedade atual.

3.6. Alguns temas da Europa

Do grupo de pesquisadores da Europa vêm outros temas. Um deles diz respeito à relação da midiatização com as mudanças globais. Qual a relação entre o fenômeno da midiatização e os câmbios que estão ocorrendo no mundo?

A perspectiva da história é outro tema importante. Contempla-se o fenômeno da midiatização no seu desenvolvimento histórico.

Seguem-se a questão de mídia na sociedade, a relação do movimento e interação, o poder, a mídia e a política, e temas mais específicos, como a arte e o popular, a fé e o conhecimento e a questão do ser. Essas abordagens são transversais ao estudo da mídia e da midiatização.

27 Ibidem.

28 Como os três anteriores, pesquisador do mesmo Programa e Linha.

29 Nossas últimas pesquisa e produções trabalham exaustivamente a questão da midiatização e sua relação com a criação de uma nova ambiência, tal como se pode apreciar através das obras elencadas no Currículo Lattes.

Referências

- BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- FAUSTO NETO, Antônio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto. *10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. p. 43-62.
- FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. p. 145-160.
- KUNSCH, Margarida K. *Educação e Comunicação: caminhos cruzados*. São Paulo: Loyola, 1986.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de rupturas. In: ARAUJO, Denize Correa; CONTRERA, Malena Segura (org.). *Teorias da imagem e do imaginário*. Brasília: COMPÓS, 2014. v. 1, p. 3-68.

Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital¹

Epistemology of communication, neomaterialism and digital culture

André Lemos²

RESUMO: O artigo apresenta teorias neomaterialistas, visando sua aplicação no campo da comunicação social. É proposto o conceito de mediação como central para um entendimento dos processos comunicativos que leve em consideração a agência dos objetos e sua materialidade. Parte-se da hipótese de que boa parte dos estudos de comunicação valoriza perspectivas antropocêntricas, relações intersubjetivas, contextuais e transcendentais. Essa postura não seria capaz de abarcar toda a complexidade dos fenômenos comunicacionais, em geral, e dos da cultura digital, em particular. O artigo apresenta uma proposta metodológica para análise neomaterialista de objetos infocomunicacionais.

PALAVRAS-CHAVE: Materialidade. Mediação. Comunicação social. Cibercultura.

ABSTRACT: This paper presents neomaterialist theories, aiming at their application in the social communication domain. The concept of mediation is proposed as central to understand the communicative process, taking seriously the agency of objects and their materiality. The article starts from the hypothesis that the majority of communication studies values anthropocentric

1 Artigo originalmente publicado em Galáxia, São Paulo, n. 43, jan./abr. 2020. Mar. 20, 2020. <https://doi.org/10.1590/1982-25532020143970>.

2 Professor titular e pesquisador CNPq - Universidade Federal da Bahia. Salvador, Brasil. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9291-6494>. E-mail: almlemos@gmail.com

perspectives, intersubjective, contextual and transcendent relations. This posture would not be able to encompass all the complexity of communicational phenomena in general and those of digital culture in particular. The article presents a methodological proposal for a neomaterialistic analysis of infocommunicational objects.

KEYWORDS: Materiality. Mediation. Social communication. Cyberculture.

1. Introdução

Esse artigo aponta as principais características das correntes neomaterialistas e propõe uma metodologia de análise de processos, produtos e objetos da cultura digital³. Na primeira parte, apresentamos as principais características dessas teorias e discutimos o conceito de mediação radical. Em seguida, retomamos propostas anteriores de *comunicação associal e modo de existência da comunicação* (LEMOS, 2019, no prelo). Na última parte, são descritos os pressupostos, as etapas e os instrumentos para a aplicação de uma metodologia neomaterialista da comunicação em produtos da cultura digital.

2. Neomaterialismo, midiatização e mediação radical

Muitos autores apontam para uma virada materialista (*material turn*) (BENNETT; JOYCE, 2010) ou uma virada não humana (*non-human turn*) (GRUSIN, 2015a) na filosofia e nas ciências sociais, ressaltando a agência dos objetos e, consequentemente, suas performances como mediadores importantes na formação social. No entanto, essa virada parece ainda não ter influenciado o campo da comunicação social. Grande parte dos estudos de comunicação valoriza relações intersubjetivas, contextuais e transcendentais, pouco afeitas ao reconhecimento da

3 Esse artigo faz parte da pesquisa Comunicação, Mediação e Cibercultura (PQ-1A CNPq). Essas ideias foram apresentadas no III Seminário Internacional sobre midiatização e processos sociais na UNISINOS, São Leopoldo – RS, em maio de 2019. Devo muito às discussões no interior do Lab404 (<http://lab404.ufba.br>).

agência dos objetos. Isso prejudicaria a análise dos fenômenos comunicacionais como um todo, e dos da cultura digital em particular⁴. Essa é a hipótese central desse artigo. Estudos de materialidade foram sempre periféricos nos estudos de comunicação (QUANDT; VON PAPE, 2010, p. 330). Lievrouw aponta acertadamente para o problema de uma forma global:

[...] a maioria dos estudos de tecnologia no campo da comunicação, informada por fluxos clássicos de pesquisa em mídia, continua a seguir uma linha culturalista amplamente construtivista, privilegiando os significados e apropriações sociais e culturais das tecnologias, enquadrando a tecnologia principalmente como resultado ou expressão da cultura. Como resultado, a mudança para entender conceitualmente o caráter social e material intrínseco da tecnologia da comunicação como igualmente definitivo e codeterminante permanece como um projeto inacabado na pesquisa em comunicação e mídia (LIEVROUW, 2014, p. 24).

Por neomaterialismo entende-se um conjunto de pressupostos surgidos nos anos 1980 e 1990, a partir de diferentes autores e escolas: teoria das materialidades de origem germânica (GUMBRECHT; PFEIFFER, 1994; KITTLER, 1999), sociologias monadológicas (BENSUSAN; FREITAS, 2018), como a Teoria Ator-Rede (LAW, 1992; LATOUR, 2005, 2015; CALLON, 2006); filosofias orientadas a objetos e agenciamentos (DE LANDA, 2006; VERBEEK, 2005; HARMAN, 2011; BENNETT, 2010), pós-humanismo, feminismo e estudos de gênero (HARAWAY, 1987; BARAD, 2007; BRAIDOTTI, 2013), entre outros. Em relação à atual cultura digital destacam-se os trabalhos de Pink *et al.* (2016), Lupton (2016) e Dourish (2016, 2017). O neomaterialismo herda argumentos desenvolvidos nos séculos XVIII, XIX e XX, tais como os de *empirismo radical* (HUME, 2003; JAMES, 1912), *modos de existência* (SOURIAU, 2009), *agenciamento* (DELEUZE; GUATTARI, 1995), *coletivos/associação/monadologia* (LEIBNIZ,

4 Estudo preliminar em andamento no Lab404 analisa textos dos GTs “Comunicação e Epistemologia” e “Comunicação e Cibercultura” (2013-2019) da COMPÓS e indica que a perspectiva antropocêntrica é hegemônica.

2004; TARDE, 2007), semiologia material (FOUCAULT, 2000) e realismo (WHITEHEAD, 1978).

A partir de sínteses realizadas por alguns autores (BENNETT; JOYCE, 2010; BENNETT, 2010; MILLER, 2005; FOX; ALLDRED; 2017; THRIFT, 2005; GAMBLE; HANAN; NAIL, 2019), podemos dizer que as teorias neomaterialistas partem de quatro perspectivas centrais: materialismo, pragmatismo, não antropocentrismo e associativismo. Por materialismo entende-se que todo fenômeno se desenvolve em redes, produzindo efeitos ou afetações materiais. A visão não essencialista/pragmática sustenta que o objeto (humanos e não humanos) é o que ele faz e não pode ser definido por substância, ou categorias *a priori*. A posição não antropocêntrica defende que a agência está distribuída na rede/agenciamento e que o controle e a fonte da ação não são privilégios do ator humano. Tudo se dá em uma associação localizada ou conectada localmente. A abordagem associativa/local afirma que tudo se dá em uma rede plana, sendo que as análises das controvérsias não devem partir de explicações *ad hoc*. Valorizam-se processos materiais e os fluxos de agências em experiências nas quais as questões sociais são sempre resultado de coletivos humanos e não humanos⁵. Parte-se de uma ontologia plana, buscando sempre escapar, *a priori*, de análises estruturais (GIDDENS, 1999) ou interacionistas (GOFFMAN, 1975).

A chave para o entendimento desses quatro princípios está nos conceitos de *empirismo radical* (HUME, 2003; JAMES, 1912), *mediação* (LATOURE, 2005; CALLON, 2006; LAW, 1992), *dispositivo* (FOUCAULT, 2000), *situação sintética* (KNORR-CETTINA, 2013), *agenciamento* (DELEUZE; GUATTARI, 1995; DE LANDA, 2006) e *realismo agencial* (BARAD, 2007). Para agrupar esses termos sob uma única denominação, vou adotar o termo *mediação radical*, proposto por Richard Grusin a partir da ideia de *radical empiricism* de W. James. Como explica o autor:

Argumento que, embora a mídia e as tecnologias da mídia tenham operado e continuem operando epistemologicamente como modos de produção de conhecimento, elas também funcionam técnica, corporal e materialmente para gerar e modu-

5 Para uma crítica da perspectiva neomaterialista ver Rekret (2018).

lar afetos individuais e coletivos ou estruturas de sentimento nos agenciamentos de humanos e não humanos (GRUSIN, 2015b, p. 125).

O adjetivo *radical* permite falar de mediação envolvendo humanos e não humanos, colocando, portanto, a dimensão híbrida e materialista no seu entendimento. Todo processo comunicacional é resultado dessa mediação radical, entendida aqui como associativa, não essencialista/pragmática, material e não antropocêntrica, afastando-nos do pensamento da mediação como emergente apenas de relações intersubjetivas. O conceito de mediação radical vai além da ideia de mediação como proposta pelos estudos de mediação desenvolvidos por Coultrey (2008), Hjarvard (2014, 2015), entre outros.

Abordei em outro trabalho (LEMONS, 2019, no prelo) a ideia de mediação, indicando que para as sociologias pragmáticas ela absorve ações de humanos e não humanos, valorizando a materialidade dos objetos envolvidos em processos comunicacionais. Chamando agora essa mediação de radical, podemos dizer que ela é o princípio dos processos de comunicação: ruptura de isolamento, trocas semióticas em entrelaçamento, “ser-enquanto-um-outro” (LATOURET, 2012), incluindo os objetos na equação. Naquela ocasião afirmava que precisaríamos avançar e pensar a comunicação como um processo *associal*, fruto dessa mediação radical, entendendo o social para além das relações interpessoais, indo além das trocas “entre consciências humanas” (MARTINO, 2001). O social é fruto das associações nesse coletivo de humanos e não humanos. A comunicação é assim um processo *associal*, fruto da mediação radical. Com essa ênfase, podemos pensar de forma mais completa e integrada como os humanos *são agidos* e agem no interior dos processos associativos sem retirar da equação agentes fundamentais para a compreensão desses processos (os objetos e suas materialidades) (LATOURET, 2015). A compreensão da ação, da mediação e da comunicação se dá, nessa perspectiva, a partir de análises iminentes, descrevendo a ação de todos os *actantes* envolvidos na mediação (radical) em uma análise plana, sem recorrer *a priori* a explicações contextuais ou globais, por um lado, ou microsociais e antropocêntricas, por outro.

Retornando então às diferenças em relação à mediação, podemos dizer que a visão neomaterialista defende uma postura epistemológica oposta. Mídiação é entendida como um processo estrutural de influência das mídias (cultura de massa e controle da comunicação). Couldry e Hepp (2017) identificam como *mediação profunda* a ação das novas mídias digitais. Os estudos de mediação se dedicam ao “impacto da mídia em situações comunicativas específicas situadas no tempo e espaço” (HJARVARD, 2015, p. 53) e os de mídiação a compreender “as transformações estruturais de longo prazo no papel da mídia na sociedade e na cultura contemporâneas” (ibid., p. 53). Para Hjarvard, mediação refere-se a “situações comunicativas específicas” e mídiação a “transformações estruturais na sociedade”:

Discussões internacionais recentes apontam para a resolução destas discordâncias terminológicas em favor da distinção europeia continental entre “mediação” (denotando a dimensão estrutural de longo prazo) e “mídiação” (significando o uso da mídia em encontros comunicativos) [...]. A mídia co-estrutura a comunicação e a interação (isto é, o nível da mediação), mas a mídiação ocorre através da institucionalização de padrões de interação particulares (regras formais e informais) e alocação dos recursos interacionais no interior de uma instituição social ou esfera cultural em particular (HJARVARD, 2015, p. 53-54).

Certamente, o que os autores identificam como “importância transformadora da mídia” ou “estrutura do *modus operandi* das mídias” é resultado provisório e sempre a ser questionado de diferentes formas da mediação radical. Couldry e Hepp (2016) e Pink (2015) apontam para a necessidade de uma perspectiva *não representacional*, ou seja, não centrada na mídia (*non-media-centric*), reconhecendo a necessidade de enfatizar aspectos materiais e sensoriais das práticas midiáticas. No entanto, os estudos não são efetivamente materialistas, caracterizando o que apontaremos mais adiante como *object-washing*. Muitos estudos reduzem, como afirma Finnemann (2013, p. 298), a discussão

material à questão da *tecnologia*. Outros propõem aliar mediação a uma perspectiva mais materialista. Knorr-Cetina (2013, p. 41-41; 49) sustenta, na análise sobre as *scopic media* dos operadores do mercado financeiro, uma posição *sintética*, atenta a como as ações se enraízam nas práticas, nos espaços e nos objetos, indo além (melhor seria dizer, aquém) das infraestruturas.

Processos comunicacionais midiáticos levam certamente a processos estruturantes (mediação). O interessante, na perspectiva neomaterialista, é chegar a eles aos poucos, desenvolvendo uma análise local e imanente que aponte os agenciamentos em ação. No caso da cultura digital, analisar fenômenos tais como a sociabilidade em redes sociais, as *fake news*, a prática do *selfie*, a questão do design e da privacidade na internet das coisas (*Internet of Things*, *IoT*), a cultura de plataformas, partindo de uma análise macrossocial da estrutura econômica do capitalismo de dados, ou pelo viés da comunicação entre humanos em situação específica, ofereceria pouca clareza sobre os desafios comunicacionais atuais, pois não levaria em conta as materialidades e a agência dos objetos aí envolvidos (interfaces, lógica algorítmica, construção de banco de dados, princípios escondidos em documentos técnicos e patentes, etc.). Quem posta quando postamos no Facebook? Pensar, nesse caso, em uma agência humana independente e soberana é investir em erro grosseiro.

A perspectiva neomaterialista aplicada aos estudos da comunicação digital vai se perguntar como algoritmos, interfaces, dispositivos, leis, regulações, patentes, redes de comunicação, espaços de uso, etc. constroem determinado fenômeno. Isso evita que deixemos esses elementos de lado em discursos que parecem dizer que reconhecem os híbridos, a técnica, a mídia, mas que de fato não dedicam tempo e atenção para descrever e analisar como esses objetos afetam os humanos e as relações daí advindas. Perde-se nesse caso a visão do entrelaçamento, reduzindo o fenômeno ao contexto, à interpretação ou à estrutura por cima ou por baixo do humano – as “mediações e mediações”. Se Martín-Barbero (1997) afirmava que deveríamos ir “dos meios às mediações”, talvez agora devamos tomar a direção contrária.

Portanto, posturas antropocêntricas, contextuais ou focadas em infraestruturas, por um lado, ou microinterações (entre humanos), por outro, não ajudam a entender as princi-

pais controvérsias emergentes, como os novos objetos infocomunicacionais. Deve-se descrever e analisar a rede formada na controvérsia para identificar as formas de agenciamento dos elementos em jogo, destacando suas características materiais, não essencialistas, locais. O algoritmo das plataformas digitais contemporâneas não é caixa-preta, pois é possível entender não o que ele é (em essência), mas pragmaticamente sua agência, o que ele faz-fazer (BUCHER, 2018). Mapear, identificar e analisar as ações nessa comunicação associada é exercer um posicionamento mais míope, menos preocupado em generalizações *culturais* ou *sociais*. Uma abordagem neomaterialista permite escapar da dicotomia estabelecida pela comunicação social em direção a uma comunicação *associal*, reconhecendo a particularidade da mediação radical.

Na perspectiva material e pragmática, interessa saber que tipos de interface, leis, espaços, instituições, instrumentos, patentes, documentos técnicos, agência algorítmica, fichas e outros elementos materiais em entrelaçamento produzem o problema a ser investigado. Devemos nos perguntar como a rede é montada e como ela age, como elementos materiais entram em mediação e como o resultado se faz na produção desse entrelaçamento, identificando afetações imanentes, focando localmente o problema, sem apelo a noções transcendentais, pagando o preço das conexões, reconhecendo poderes e relações de força no interior da experiência (LEMOS, 2018). Poder e desigualdades se produzem no interior das redes/*assemblages*, eles tendem a se encapsular, mas não podemos congelar ou transferir uma análise para a outra, sob pena de perder a mediação radical localizada e em movimento, que reconhecemos como essas estabilizações.

Ronaldo Lemos (2019) escreveu um artigo na *Folha de S. Paulo* afirmando que não há opinião pública nas redes sociais por causa da ação de *bots*, algoritmos, interfaces. Parte-se do princípio de que o público e sua opinião não seriam produzidos, e sim desvelados por instrumentos neutros. Marres (2012), por exemplo, vai mostrar a partir do conceito de *material participation* o papel dos objetos nas formas de mobilização e engajamento político. O mesmo na *produção do público* (LIPPMANN, 2007) ou sua opinião (TARDE, 2007). Para uma perspectiva neomaterialista, a questão é como artefatos fazem emergir (produzem) o

público e sua opinião, como eles aparecem agora nesse sistema sociotécnico algorítmico (diferente de sua produção pela ágora, *piazza*, imprensa, rádio, TV, etc.). Mais interessante do que saber o que é o público e sua opinião (em essência) é ver em que condições de agenciamento eles são construídos, discutidos, disseminados. Essa é a perspectiva não essencialista, pragmática, imanente, associativa e não antropocêntrica.

3. Metodologia neomaterialista da comunicação associativa

Propomos a seguir uma metodologia neomaterialista para ser aplicada aos produtos e processos da comunicação em geral, e da cultura digital em particular. Esse método sustenta-se na perspectiva epistemológica apresentada acima, insistindo em apontar as mediações radicais nos processos da comunicação associativa. O pressuposto é que devemos reconhecer que nenhum elemento possui atributos essenciais e que eles só se definem em suas relações, nos agenciamentos, nas linhas de fuga, nos afetos, nas mediações radicais, portanto. É necessário partir de análises imanentes de documentos, práticas concretas, formas do discurso, lugares para identificar e descrever os elementos em mediação e as formas de afetação (transdução) na constituição da controvérsia. Os humanos não estão em um lugar privilegiado na circulação da ação, devendo dar importância aos elementos materiais e aos objetos em questão.

Em síntese, a metodologia parte dos pressupostos *materialista* – reconhece-se que tudo tem efeito material e existe por agenciamentos materiais – e *não essencialista (pragmático)* – as coisas não têm essências e são o que fazem e fazem-fazer. Esses pressupostos alinham-se a um empirismo radical para localizar afetações nos problemas identificados. Tudo é definido nos processos e nos movimentos materiais em que cada novo problema convoca novas relações de força/poder *associativas*: tudo o que existe, existe em relação, precisa passar por outros para continuar seu caminho de subsistência. A associação é a mediação radical – tradução, transdução, agenciamento, entre-laçamento, etc. – envolvendo humanos e não humanos. Sem me-

dição não há nada. Ela deve ser observada em uma topologia plana, local e *não antropocêntrica* – análises devem ser feitas levando em conta múltiplos agentes, sob pena de purificar as relações e empobrecer as descrições dos fenômenos e a identificação dos fluxos de ação. Humanos nem sempre têm a primazia da ação. Busca-se aqui ir além de perspectivas culturalistas, contextuais, hermenêuticas.

Sobre esse último princípio, identifiquei quatro *tipos-ideais* que aparecem, de modo geral, em pesquisas, textos e palestras de viés antropocêntrico⁶ sobre comunicação ou mídia digital (Maia, *Object-Washing*, *Panopticum* e *Ouroboros*), que descrevo a seguir.

Maia: Textos que saltam para generalizações, sem ape-lo à empiria. O mundo material é uma ilusão. Devem-se evitar visões centradas na concretude dos fenômenos do mundo real. Não há mundo real, a não ser o dos conceitos.

Object-Washing: Textos que dizem reconhecer a agência dos objetos, mas não o fazem com detalhamento. Dizem identificar agências, mas saltam rapidamente para contextos. Podem reconhecer e afirmar o uso do WhatsApp para difundir *fake news*, mas não há análise sobre como a materialidade do WhatsApp, da rede, dos celulares, produz esse fenômeno. O objeto é assim. A expressão é similar a *eco-washing*, *ethical-washing* (KITCHIN, 2019), *privacy-washing*⁷, designando as posições de empresas que parecem considerar os problemas correlatos (ambiente, ética, privacidade), mas que, de fato, não os levam a sério. Os estudos que fazem *object-washing* negam ser antropocêntricos, dizem reconhecer a formação de híbridos, os dispositivos (como Foucault), as tecnologias, mas centram-se no sujeito, na estrutura, na hermenêutica, nos contextos *social* e *cultural*, no *ambiente midiático*.

6 Pesquisas em andamento no POSCOM/Lab404 estão aplicando esses “ideais-tipo” para auxiliar nas discussões da hipótese aqui levantada: a minha pesquisa “Comunicação, mediação e cibercultura” (PQ/CNPq) e a do professor Elias Bittencourt (“Comunicação, performatividade algorítmica e plataformas digitais. Investigações neomaterialistas acerca das experiências comunicacionais mediadas por algoritmos na era do capitalismo de dados”). A indicação desses ideais-tipo visa auxiliar na visualização do argumento geral do texto e não pretende ser uma forma de depreciação dos autores envolvidos.

7 Essa expressão está sendo usada em pesquisa sobre privacidade projetada e interfaces maliciosas (*dark patterns*) em desenvolvimento no Lab404.

Panopticum: Textos que veem tudo com os mesmos olhos, presos nas clássicas teorias da comunicação, centrados nos autores canônicos, enquadrando todos os objetos em *frames* preestabelecidos e inegociáveis. Tudo é explicado sem necessidade de reconhecer a agência dos objetos ou as materialidades envolvidas. As teorias preestabelecidas servem para analisar qualquer estudo empírico, independentemente das controvérsias em questão (agregam os tipos Maia e *Object-Washing*).

Ouroboros: Os textos de grande transcendência, que parecem começar pelas grandes conclusões sobre o mundo, o universo e tudo mais. Sem qualquer empiria ou agência de não humanos, parece que estão iniciando um debate, mas o que fazem é rodar sobre os seus próprios eixos, mordendo o próprio rabo, girando em torno de temas e assuntos, saltando da dimensão micro para a macro e vice-versa (reforçando os tipos Maia, *Object-Washing* e *Panopticum*).

Uma metodologia que vise tratar o objeto pelo pressuposto neomaterialista deve buscar reconhecer, em uma determinada controvérsia, o fluxo das mediações radicais (ou seja, a agência de humanos e não humanos sem centralidade *a priori*) produzindo resultados localizados e provisórios. Os modos de existência são importantes para qualificar a mediação, apontando as diferenças nos agenciamentos, as afetações e a preposição (lugar específico da mediação) a fim de produzir o falar bem, as condições de felicidade. Pode-se analisar o problema das redes sociais pelo viés de gênero, da privacidade, da vigilância, das relações intersubjetivas, etc. Para cada modo, mediadores importantes aparecerão. Ele é importante como etapa de fechamento da caixa-preta, reagregação do problema e indicação de proposições sobre a controvérsia em questão. Esse resultado será adicionado à própria controvérsia, servindo como um elemento na disputa sobre o problema.

Esses são os passos propostos: 1. identificar o modo, a preposição, a controvérsia; 2. identificar todos os atores envolvidos e como eles se expressam (interfaces, documentos, patentes, formas de ação, etc.); 3. mapear as formas de mediação ou transdução, entendendo que ações, sentidos e forças são produzidos; 4. reagregar o problema criando mais um elemento que possa ser instituído na construção da verdade. Os instrumentos para

a execução desses passos podem ser os mais variados: coleta de dados (Survey); raspagem de dados (R); codificação focada (Atlas.ti); etnografia; entrevistas; análise de documentos (patentes, fluxogramas, contratos, termos de uso, etc.); grupo focal; análise de interfaces; revisão bibliográfica, etc. As controvérsias podem pedir outros métodos ou mesmo a produção de ferramentas específicas. Em termos pontuais podemos sintetizar essas quatro etapas:

Modos: Onde se inserem a questão de interesse, a preposição para produzir um bom discurso e as condições de felicidade da análise. Busca identificar em que campo de tensões o problema está indo além de uma visão contextual, construtivista ou hermenêutica;

Inventário: Descrição da rede de objetos (humanos e não humanos) em causa na questão a ser discutida;

Transdução: Descrição das mediações em jogo nos agenciamentos para a produção do fenômeno. Visa a abertura de caixas-pretas na identificação do que as coisas fazem, são feitas e fazem fazer;

Reagregação: Voltar ao *encaixapretamento*, o resultado provisório (que será um elemento material concreto de nova mediação produzido sobre o objeto pela própria pesquisa). Dimensão propositiva com vistas a entender a afetação coletiva (humanos e não humanos), na reagregação e redefinição do problema.

4. Conclusão

Apontamos nesse trabalho a necessidade de levar a sério a materialidade dos processos comunicacionais, em particular os que envolvem a cultura digital, embora não seja exclusividade desse campo. As teorias neomaterialistas se sustentam a partir de quatro pressupostos: materialismo, não essencialismo, associativismo e não antropocentrismo. Indicando que tudo tem base material, tais teorias preveem que as coisas são o que fazem, que tudo está entrelaçado e que o humano não é sempre o centro das ações. O artigo sustenta que o campo da comunicação, majoritariamente antropocêntrico, pode ganhar se olhar com mais atenção para a agência material nesses processos.

Diferenciamos a ideia de *mediação radical* das de mediação e midiatização, mais frequentes na área de comunicação, chamando a atenção para o reconhecimento de perspectivas não antropocêntricas para pensar os seres da comunicação. Apontamos tipos-ideais para reconhecimento de textos e pesquisas antropocêntricas (Maia, *Object-Washing*, *Panopticum* e *Ouroboros*). Terminamos o artigo propondo uma metodologia para os que desejam realizar estudos neomaterialistas a partir de instruções quanto aos procedimentos. Os estudos devem estar atentos à realização de um *inventário*, à identificação de mediação com os processos de *transdução*, ao *modo* em que o problema se articula e à *reagregação* como forma de proposição conclusiva sobre a controvérsia.

Os trabalhos em desenvolvimento no Lab404⁸ tentam aplicar essa metodologia. Estudos sobre como o Instagram afeta e é afetado por práticas profissionais; como o processo fotográfico das *selfies* está imbricado em práticas materiais específicas; sobre as *fake news* e a materialidade das plataformas de disseminação; o entendimento sobre a privacidade em meio à PDPA⁹, tendo como discussão os processos materiais de sua constituição; o uso de apropriações materiais e algorítmicas para uso da *IoT*; as questões de gênero em aplicativos de transporte; a materialidade dos dispositivos vestíveis na configuração de um *smart body*; a discussão material sobre *Data Comics*, questionando seu status e utilizações, etc. A metodologia precisa ser testada, e esperamos que esse texto possa contribuir para ampliar os debates sobre as viradas materiais e não humanas na área de estudos de comunicação no país.

Referências

BARAD, K. *Meeting the Universe halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning*. Durham, London: Duke University Press, 2007.

8 Ver as pesquisas em andamento (http://www.lab404.ufba.br/?page_id=3521) e artigos publicados (http://www.lab404.ufba.br/?page_id=11).

9 PDPA, acrônimo de "Plataformização, Dataficação e Performatividade Algorítmica", características centrais da cultura digital hoje. Ver Lemos (2019a).

- BENNETT, J. *Vibrant Matter: A Political Ecology of Things*. Durham, London: Duke University Press, 2010.
- BENNETT, T.; JOYCE, P. (ed.). *Material Powers: Cultural Studies, History and the Material Turn*. London: Routledge, 2010.
- BENSUSAN, H.; FREITAS, J. A. *A diáspora da agência: Ensaio sobre o horizonte das monadologias*. Salvador: EDUFBA, 2018.
- BRAIDOTTI, R. *The Posthuman*. Cambridge: Polity Press, 2013.
- BUCHER, T. *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- CALLON, M. Sociologie de l'acteur réseau. In: AKRICH, M.; CALLON, M.; LATOUR, B. (org.). *Sociologie de la Traduction*. Paris: Presse des Mines, 2006. p. 267-276.
- COULDRY, N. Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling. *New Media & Society*, v. 10, n. 3, p. 373-391, 1 jun. 2008.
- COULDRY, N.; HEPP, A. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press, 2016.
- DE LANDA, M. *A New Philosophy of Society: Assemblage Theory and Social Complexity*. New York: Continuum, 2006.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Mil Platôs - Capitalismo e Esquizofrenia*. v. 1. São Paulo: Editora 34, 1995.
- DOURISH, P. Algorithms and Their Others: Algorithmic Culture in Context. *Big Data & Society*, v. 3, n. 2, p. 1-11, 2016.
- DOURISH, P. *The Stuff of Bits: An Essay on the Materialities of Information* [Kindle Edition]. [s.l.] MIT Press, 2017.
- FINNEMANN, N. O. Digitization: New Trajectories of Mediatization? In: LUNDBY, K. (ed.). *Mediatization of Communication*. Berlin: de Gruyter, 2013. p. 297-321. (Handbooks of Communication Science, 21).
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2000.
- FOX, N. J.; ALLDRED, P. *Sociology and the New Materialism: Theory, Research, Action*. London: SAGE Publications, 2017.
- GAMBLE, C. N.; HANAN, J. S.; NAIL, T. What Is New Materialism? *Angelaki: Journal of the Theoretical Humanities*, v. 24, n. 6, p. 111-134, 2019. DOI: 10.1080/0969725X.2019.1684704

- GIDDENS, A.; TURNER, J. (org.). *Teoria social hoje*. São Paulo: Editora UNESP, 1999.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1975.
- GRUSIN, R. (ed.). *The Nonhuman Turn*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2015a.
- GRUSIN, R. Radical Mediation. *Critical Inquiry*, Chicago: University of Chicago Press, v. 42, n. 1, p. 124-148, 2015b.
- GUMBRECHT, H. U.; PFEIFFER, K. L. *Materialities of Communication*. Stanford: Stanford University Press, 1994.
- HARAWAY, D. A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology, and Socialist Feminism in the 1980s. *Australian Feminist Studies*, v. 2, n. 4, p. 1-42, 1987.
- HARMAN, G. *The Quadruple Object*. Hants: Zero Books, 2011.
- HJARVARD, S. Da mediação à midiaticização: a institucionalização das novas mídias. *Parágrafo*, v. 2, n. 3, p. 51-62, jul./dez. 2015.
- HJARVARD, S. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014.
- HUME, D. *Investigações sobre o entendimento humano e sobre os princípios da moral*. São Paulo: Editora Unesp, 2003.
- JAMES, W. *Essays in Radical Empiricism*. New York, London: Longmans, Green, and Co, 1912.
- KANNENGIEßER, S. Engaging with and Reflecting on the Materiality of Digital Media Technologies: Repair and Fair Production. *New Media & Society*, v. 19, n. 3, p. 455-470, 2019. DOI: 10.177/146144819858081.
- KITCHIN, R. The Ethics of Smart City. RTE, 27 abr. 2019. Disponível em: <https://www.rte.ie/brainstorm/2019/0425/1045602-the-ethics-of-smart-cities/>. Acesso em: 05 maio 2019.
- KITTLER, F. A. *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford: Stanford University Press, 1999.
- KNORR-CETINA, K. Scopic Media and Global Coordination: The Mediatization of Face-to-face Encounters. In: LUNDBY, K. (ed.). *Mediatization of Communication*. Berlin: de Gruyter, 2013. p. 39-62. (Handbooks of Communication Science, 21).

- LATOUR, B. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press, 2005.
- LATOUR, B. *Enquête sur les modes d'existence: Une anthropologie des modernes*. Paris: La Découverte, 2012.
- LATOUR, B. Uma sociologia sem objeto? *Revista Valise*, v. 5, n. 10, p. 165–187, 2015.
- LAW, J. Notes on the Theory of the Actor-network: Ordering, Strategy, and Heterogeneity. *Systems Practice*, v. 5, n. 4, p. 379-393, 1992.
- LEIBNIZ, G. W. *Discurso de metafísica e outros textos*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- LEMOS, A. Cyberculture and Globalization. In: *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press, 2018. Online Publication Date: Dec 2018 DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.646
- LEMOS, A. Comunicação e mediação. In: ALZAMORA, G.; COUTINHO, F.; ZILLER, J. *Dossiê Bruno Latour*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2019, no prelo.
- LEMOS, A. Desafios atuais da cibercultura. *Jornal Correio do Povo*, Caderno de Sábado, Porto Alegre, 15 de junho de 2019, 2019a.
- LEMOS, R. Redes sociais não são opinião pública. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 4 mar. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2019/03/redes-sociais-nao-sao-opiniao-publica.shtml>. Acesso em: 28 set. 2019.
- LIEVROUW, L. A. Materiality and Media in Communication and Technology Studies: An Unfinished Project. In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (ed.). *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge: MIT Press, 2014. p. 21-51.
- LIPPMANN, W. *The Phantom Public*. New Jersey: Transaction Publishers, 2007.
- LUPTON, D. *The Quantified Self*. Malden: Polity Press, 2016.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

- MARRES, N. *Material Participation: Technology, Environment and Everyday Publics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012.
- MARTINO, L. C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. (org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 11-25.
- MILLER, D. *Materiality*. Durham, London: Duke University Press, 2005.
- PINK, S. Approaching Media through the Senses: Between Experience and Representation. *Media International Australia*, 154, 1, p. 5-14, 2015.
- PINK, S.; ARDÈVOL, E.; LANZENI, D. *Digital Materialities: Design and Anthropology*. [s.l.] Bloomsbury Publishing, 2016.
- QUANDT, T.; VON PAPE, T. Living in the Mediatope: A Multi-method Study on the Evolution of Media Technologies in the Domestic Environment. *The Information Society*, v. 26, n. 5, p. 330-345, 2010.
- REKRET, P. The Head, the Hand, and the Matter: New Materialism and the Politics of Knowledge. *Theory, Culture and Society*, v. 35, n. 7-8, p. 49-72, 2018. DOI: 10.1177/0263276418806369.
- SOURIAU, E. *Les différents modes d'existence*. Paris: PUF, 2009.
- STERNE, J. "What Do We Want?" "Materiality!" "When Do We Want It?" "Now!". In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (ed.). *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge: MIT Press, 2014. p. 119-128.
- TARDE, G. *Monadologia e sociologia – e outros ensaios*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- THRIFT, N. Beyond Mediation: Three New Material Registers and Their Consequences. In: MILLER, D. (ed.). *Materiality*. Durham, London: Duke University Press, 2005. p. 231-256.
- VERBEEK, P. *What Things Do: Philosophical Reflections on Technology, Agency, and Design*. v. 1. University Park: Pennsylvania State University Press, 2005.

WHITEHEAD, A. N. *Process and Reality*. Corrected edition. New York: Free Press, 1978.

Midiatização das emoções coletivas

Mediatization of collective emotions

Jacques A. Wainberg¹

RESUMO: Esta apresentação realça a relevância e o papel que as inovações tecnológicas têm na promoção do engajamento social. Os atores aprenderam a utilizar os veículos de comunicação para estimular a adesão do público. Entre eles estão as celebridades e os atores políticos. É examinado o caso especial da monarquia. Este regime é hábil na articulação de suas mensagens. Para tanto sensibiliza o público com seus motivos e símbolos. Resulta a adoração coletiva à aristocracia.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologia. Sentimentos. Mídia.

ABSTRACT: This presentation highlights the relevance and the role that technological innovations have in promoting social engagement. Actors have learned to use the media to encourage public support. Among them are celebrities and political actors. The special case of the monarchy is examined. This regime is skilled in articulating its messages. For that, it sensitizes the public with its motives and symbols. Collective adoration of the aristocracy is the result.

KEYWORDS: Technology. Sentiments. Media.

1. Introdução

Quero, nessa curta fala, em primeiro lugar fazer uma breve reflexão sobre tecnologia de comunicação.

1 Professor do Programa de Pós- Graduação em Comunicação da PUC-RS e Pesquisador do CNPq. ORCID: 000-0001-9274-4717. E-mail: jacqalwa@puccrs.br.

Em boa medida a história humana tem sido a história da relação do ser humano com o mundo material. Esta abordagem tem sido depreciada por quem, há longo tempo, separa o corpo da mente, a carne do espírito, a emoção da razão. Chegou a hora de juntarmos as peças.

Cabe afirmar que sempre houve uma relação simbiótica das pessoas com o seu ambiente, o natural e o artificial, o que é constituído com os artefatos criados para expandir as potencialidades do corpo humano. Os aparatos tecnológicos são de fato extensões dos nossos sentidos. Queremos ver longe. Queremos nos locomover mais rápido. Queremos ouvir bem a despeito das distâncias. Queremos pensar melhor. Queremos mais conexão e intimidade.

O argumento é este – os tecnólogos são os verdadeiros revolucionários da história. Os efeitos dos aparatos superam de longe os causados pelas utopias políticas e religiosas. O fato explica por que a periodização da história pode e deve ser feita marcando o tempo com as invenções.

O determinismo tecnológico tem sido injustamente vilipendiado por quem despreza as máquinas. A relação temerária do ser humano com suas criações está relatada na fábula judaica do Golem, que inspirou depois a narrativa de Frankenstein. Derivam dessa fobia do criador à sua criação não só os ataques luditas às máquinas como também a vasta literatura distópica, que alerta o ser humano para os efeitos colaterais e imprevistos dos inventos.

Ocorre, no entanto, que as gerações nascidas nos séculos XX e XXI têm fartas evidências de que a inovação produz de fato um impacto ecológico. A sociedade mudou com o surgimento da escrita, da tipografia, do jornal e do livro, da telegrafia e da cabodifusão, do telefone, do rádio, do cinema, da TV e agora da internet.

Somos o que nos falta, e é isso o que estimula a criatividade. Não podemos prever e antecipar os usos por vezes inesperados que os humanos fazem dos aparatos, que superam a distância e o tempo e oferecem condições novas para o enredamento humano. Foi assim no passado com o papiro e é assim no presente com a Internet. O impacto é sutil, embora gigantesco. Penetra todas as pequenas esferas de nossa existência. Só nos damos conta de sua abrangência quando a nova tecnologia nos falta.

Nada melhor que uma tempestade, uma pane e um *blackout* para compreendermos a relevância estratégica da eletricidade, por exemplo.

O mesmo pode ser dito hoje sobre a web. Não por acaso os humanos se estabeleceram ao lado dos rios. Depois das hidrovias vieram as ferrovias, as rodovias, as aerovias, e agora as infovias.

Moral da história: onde há via há vida.

2. Sentimentos

Muito já foi dito sobre este termo. Pretendo simplesmente ponderar que este conceito elabora sobre algo que foi percebido já há algum tempo e que foi batizado e referido com outros rótulos. Por exemplo, a abordagem da Ecologia da Mídia inaugurada por Harold Innis ressaltou o impacto sistêmico que a mídia produz.

Nesse sentido considero válida a contribuição de autores de diferentes correntes que consideram a midiatização uma forma de mostrar a relação existente entre a mídia e a comunicação, de um lado, e as mudanças que decorrem do uso dos novos aparatos na cultura e na sociedade, do outro.

Ocorre, como mencionado, que esta percepção não é nova. Já há bastante tempo é referida pelos autores que monitoram os impactos que os aparatos midiáticos produzem na sociedade. Usualmente eles concluem que novas eras surgem em decorrência da capacidade dos novos meios de se alastrar no corpo social, condicionando a maneira como as pessoas se socializam, educam, comercializam, fazem política e cultuam seus deuses. Por isso mesmo não é acaso a relação que os autores fazem entre a tipografia e o luteranismo, por exemplo. Também não é acaso o surgimento do televangelismo.

Decorre daí que podemos falar de uma idade da pedra lascada, de uma idade do bronze e de uma idade do ferro como podemos nos referir agora à era tipográfica, à era do rádio e da televisão e à Era das Redes.

Conclui-se que o conceito *midiatização* compete com outros termos tradicionais da área. Em todas essas abordagens, em alguma medida se avalia o impacto da mídia na sociedade.

Talvez o fator que justifique a necessidade para o surgimento deste novo conceito seja a velocidade da adesão aos novos aparatos pela sociedade. Outro fato igualmente novo capaz de justificar a adoção do novo termo talvez seja a atual convergência tecnológica.

Ou seja, minha ponderação crítica realça o fato de que percebo na literatura sobre midiatização a emergência de um vocabulário para ocorrências e fenômenos que na verdade são antigos. É o caso, por exemplo, da midiatização da política. Em suas ações os atores políticos sempre levaram em conta o ambiente tecnológico em que viviam.

Acolho a ideia de que a mídia se tornou tão pervasiva na atualidade que todo e qualquer ator social que deseje interagir com o público massivo não pode deixar de considerar em sua atuação a lógica da mídia. Isso significa dizer que ele considera a maneira como os meios operam e sensibilizam a audiência. Acontece que mesmo esta consideração foi amplamente analisada, por exemplo, na Teoria do Meio.

Assim como é cabível a crítica ao termo Era do Conhecimento para nominar o nosso tempo, já que, afinal, o conhecimento sempre foi um fator relevante em todos os tempos, é cabível a dúvida sobre a necessidade de um novo rótulo como midiatização. Ele surgiu, ao meu ver, devido ao fascínio que as novas tecnologias como a internet e os recursos da web e da telefonia móvel estão exercendo sobre as pessoas. Este fascínio deverá crescer com a nova etapa do desenvolvimento da tecnosfera, que é marcada agora pela robotização da vida, pela inteligência artificial, pelos algoritmos, pela miniaturização, pela satelitização, pelos aplicativos e os *big data*.

Sabemos todos que existe midiatização, que a presença e influência do formato, gramática, conteúdo e ritmo da mídia são magnânimas, que as pessoas e instituições internalizam em suas atuações, às vezes de forma inconsciente, a linguagem e os recursos dos meios, e que a mídia pode, por isso, ser considerada um fator autônomo relevante e independente. Em todas as fases da história os atores sempre se adaptaram a ela.

Hoje em dia é difícil falar sobre vida social sem implicar na análise o mundo virtual criado por essas tecnologias. Sugiro que o conceito *midiatização* adquirirá maior consistência à

medida que estudos empíricos mostrem mais e mais como essa influência da mídia no cotidiano social ocorre em campos variados, entre eles, certamente, a educação, a política, a religião, a guerra e a paz, a família, a saúde.

De minha parte, desde as referências dos meus interesses pessoais momentâneos, penso que talvez seja relevante enumerar quais são as consequências emocionais de tal simbiose entre tecnologias de comunicação e a sociabilidade. A partir dessa referência, penso que a midiática ocorre porque ela é necessária à mobilização dos afetos humanos. São eles que empurram as pessoas à ação. Tanto o ódio como a adoração massiva, por exemplo, só são possíveis se os atores levarem em conta a capacidade da mídia em atingir as pessoas, em despertá-las do sonambulismo, em satisfazer seus sonhos e impulsos. Isso vale tanto para o entretenimento como para a política e a educação coletiva.

Vencidas as duas etapas anteriores na quais elaborei sobre o papel revolucionário das tecnologias e refleti sobre o conceito de midiática, desejo agora, nesta terceira etapa de minha exposição, exemplificar o dito com o tópico da midiática das emoções, tema que considero o tema central nessa exposição. Trago como exemplo o caso da monarquia.

Este sistema político é um dos regimes que mais integrou em sua rotina e prática os valores da mídia. Isso acontece porque sem conquistar a devoção das massas, a sobrevivência da corte fica ameaçada. Em 2011, 87% das pessoas apoiavam a monarquia na Inglaterra. Na Holanda este percentual chegou a 78% em 2014. Na Suécia este apoio era de 70% em 2013.

Os casamentos dos príncipes Harry e William são exemplos disso. Foram concebidos como um espetáculo de TV, como são também os nascimentos, os divórcios e os falecimentos monárquicos. Mesmo nas repúblicas e no *showbiz* alguns enterros de personalidades famosas recordam as cerimônias de apoteose da Roma antiga. Um dos casos deste tipo foi o funeral de Michael Jackson. Três bilhões de pessoas assistiram ao seu sepultamento pela TV em todo o mundo. Em casos como esse a mídia exerce o papel de regulador da adoração coletiva, algo que se viu também no féretro de John Kennedy, de Margareth Thatcher, de Nikita Krushev e de Airton Senna.

No caso dos casamentos reais, a televisão enfatiza a alegria contagiante dos súditos. Eles participam como atores do culto de adoração. Desfiles de tropas enfeitadas, cantorias e corais, carruagens, vestidos e chapéus inusitados dos convidados dão a essas ocorrências um tom chique e carnavalesco que agrada não só os nativos, como também os estrangeiros que assistem extasiados pela TV aos rituais.

Os monarquistas se valem da pesada simbologia das cortes para produzir na população um grau elevado de fascínio coletivo. Tal efeito explica por que, de forma discreta, o fim do reinado de Elisabeth II já está sendo estudado. As autoridades querem acelerar a transição para que, chegado o momento, a prédica republicana não se aproveite do vácuo de poder.

A pompa das cortes e a deificação dos monarcas são capazes de mobilizar nas pessoas a reverência ao sagrado. O ambiente sacro que envolve a corte é algo inventado para proteger certos significados. Isso também ocorre com vários rituais *pararreligiosos*. A aparência divina e mística da personalidade é obtida sustentando certa distância e mistério entre o celebrado e os idólatras. Preserva-se assim a fantasia. Outro exemplo clássico desse tipo de ocorrência é o culto popular à liderança de Kim Jong-un na Coreia do Norte, assim como aos antepassados de sua dinastia política.

Este tema da midiatização política e das emoções coletivas propõe o denso debate sobre a relevância da forma para a difusão de certa mensagem persuasiva. No caso dos rituais monárquicos e religiosos, dá-se amplo destaque ao meio comunicacional. É com ele à mão que o conteúdo fica discernível ao fã e ao crente.

O tema é relevante, pois tudo indica que os tiques e rebiques da realeza se infiltraram no imaginário coletivo. A ideia republicana, mais cética e menos disposta à adoração e mistificação das figuras públicas, encontra resistência nos países nos quais a tradição monárquica está consolidada. A subversão ideológica deve ser capaz de gerar *contraemoções*, que ganham e alinham os sentimentos das pessoas na direção de uma mesma meta política dissidente, o que não ocorre no caso da monarquia.

O efeito emocional coletivo ajuda a explicar a decisão inglesa de coroar em 1953 a jovem Elisabeth de 25 anos com todo o fausto possível, a despeito das dificuldades enfrentadas pelo

país naquele momento. O espetáculo daquela cerimônia visava em última instância prover ao povo o que ele mais necessitava naquele momento: esperança, alegria e fantasia.

Os rituais da corte ajudam a gerar uma emoção coletiva que contribui para a solidez dos laços afetivos. Eles unem os diferentes grupos que compõem a nação. Este resultado permite explicar por que ainda existem 43 países liderados por reis e rainhas (23,3% dos Estados independentes do mundo).

A linguagem natural capturou este tipo de fantasia monárquica. Metáforas como *comer como um rei* e *vestir-se como uma rainha* são usadas pelas pessoas nos seus diálogos do dia a dia. No Brasil existe um *Rei do Futebol* (Pelé), uma *Rainha dos Baixinhos* (Xuxa), um *Rei da Música* (Roberto Carlos) e muitas *Rainhas do Samba*, do *Rádio* e do *Lar*. Os desfiles de celebridades em festivais de arte e de cinema são feitos em *red carpets* que simulam as passarelas reais. E as sedes dos governos são chamadas de *Palácio*. Na falta de reis e rainhas verdadeiros, a população do país e de vários outros Estados republicanos cultiva os astros do *showbiz* como se nobres fossem.

Este apelo parece ser também o principal atrativo do colunismo social. Este Olimpo é espaço ambicionado por figuras que se exibem e se esforçam para conquistar o apreço do público. Elas com frequência surgem, ressurgem e somem da visão e da estima das massas rapidamente. O fenômeno é denominado de *mobilidade da fama*, que no caso das monarquias é estável.

A adoração coletiva é um dado de realidade da sociedade do espetáculo. Monarcas e astros do *showbiz*, da política, dos negócios, das finanças, da cultura e do esporte são o tema preferencial do *jornalismo de adoração*, dos *halls* e calçadas da fama, dos museus de cera, dos monumentos públicos e também da peregrinação a lugares catárticos como são as tumbas dessas personalidades.

Este resultado é fruto de um esforço premeditado e calculado. O primeiro e principal obstáculo da nova estrela é vencer a distração da audiência. O fato exige a produção qualificada de si como bem simbólico disponível ao consumo massivo. Isso implica a capacidade da novidade oferecer uma gratificação emocional singular aos celebrantes. Dito de outra maneira, as emoções coletivas podem ser manejadas.

A partir de 1955, um público estimado entre 20 e 25 milhões de pessoas foi aos cinemas de todo o mundo assistir à trilogia que conta a história de Sissi, a Imperatriz, estrelada por Romy Schneider. Animados por essa narrativa, cerca de 5 milhões de turistas visitam anualmente o complexo real de Viena que reúne o palácio de Sissi e seus jardins.

Em 1981, outro casamento e drama real concebido como espetáculo de TV emocionou o mundo. Um público estimado em 1 bilhão de telespectadores assistiu ao casamento de Lady Di (a nova Sissi) com Charles, o Príncipe de Gales. A transmissão ao vivo deste evento fez a audiência da TV Globo aumentar 4 pontos percentuais.

Ocorre que há dinastias também entre os plebeus. Ambas as cortes, a dos reis e rainhas e a mundana, valem-se de algo grave que subjaz aos hábitos coletivos – o desejo da pessoa de observar a vida dos outros, em especial as que a inspiram e emocionam.

Os veículos de comunicação são os responsáveis por promover essas figuras oferecendo-as ao deleite das massas. Ou seja, o que torna o famoso uma celebridade é a frequência de sua exposição pública. Quanto mais venerada ela for pelos fãs, mais frequente o famoso que é célebre estará na pauta da mídia num círculo vicioso que se sustenta pela inércia.

A ativação dos sentimentos de simpatia e de apreciação do celebrante deriva às vezes de uma habilidade exclusiva do celebrado, de um papel representado por ele na sociedade e também de sua capacidade teatral e cênica. O famoso bem admirado às vezes é adorado internacionalmente, sendo este um dos aspectos visíveis da globalização. Os habitantes de Moçambique, por exemplo, eram os que, proporcionalmente, mais veneravam Beyoncé em 2004. E os paraguaios eram os que mais adoravam Miley Cyrus. Ou seja, astros posicionados nos países centrais conseguem disseminar através da mídia nos quatro continentes suas vozes, faces e trejeitos. É o caso também de Madonna.

Nos casos mais graves deste tipo de interação parasocial, algumas pessoas ficam obcecadas por determinada figura. Este fato explica a preocupação do celebrado em se expor à mídia com frequência. Só assim ele anima um fluxo contínuo de estímulos que lhe asseguram uma audiência e a popularidade.

de necessária à sua condição de ídolo. O celebrante começa até mesmo a imitar o comportamento do celebrado, atitude tipificada como *erotomania*. Os pequenos detalhes da vida do ídolo passam a interessar o celebrante que se deixa levar por este tipo de experiência ilusória. Trata-se, na verdade, de um delírio passional. Ocorre que o celebrado se acostuma a encontrar fãs que desfrutam com ele uma intimidade imaginária. Isso também é estimulado pelas *fanpages*, que servem aos fins de culto à sua personalidade.

Além do estudo desse tipo de relação entre a forma e o conteúdo na comunicação política e no entretenimento, algo que as monarquias dos reis e rainhas e as celebridades do *showbiz* aprenderam a fazer para conquistar a estima das massas, é possível apresentar nesta quarta etapa de minha fala outro exemplo ainda da forma de como a tecnologia de comunicação impõe e formata comportamentos sociais. Trata-se do que eu denomino de midiatização da voz e do discurso.

Líderes políticos usualmente são identificados pelo estilo retórico que praticam, em especial o ritmo e a entonação empregados em suas manifestações orais. Exemplos clássicos da história são os marcadores prosódicos dos pronunciamentos de Martin Luther King, John Kennedy, Juan e Evita Peron, Adolf Hitler, Mussolini, Getúlio Vargas, Franklin D. Roosevelt, Winston Churchill e Donald Trump. Pregadores religiosos, intérpretes musicais, humoristas, terapeutas, conselheiros educacionais, agentes de telemarketing, telejornalistas, radiojornalistas, trovadores, locutores, docentes, atores, contadores de histórias e declamadores também dependem da voz e da entonação para produzir efeitos afetivos e persuasivos na audiência. Este fato explica a existência de bancos de vozes para os fins da publicidade radiofônica.

Tal impacto auditivo e afetivo aconteceu nas narrativas dos cinejornais que desde 1911 até a década de 1960 foram apresentados nas salas de cinema de todo o mundo. Não por acaso, a voz grave do locutor destas curtas reportagens acabou sendo chamada nos Estados Unidos de *A Voz de Deus*. Este epíteto tem sido utilizado no Brasil para rotular Cid Moreira, ex-apresentador do Jornal Nacional da TV Globo que se celebrou com a contação das histórias bíblicas. Outra voz potente e célebre foi

a de Heron Domingues. Ela marcou o imaginário brasileiro no período no qual *O Repórter Esso* se constituiu no principal canal informativo do país. É também o caso de Edward R. Murrow, que se notabilizou nos Estados Unidos por suas transmissões radiofônicas no período da Segunda Guerra Mundial e depois na sua campanha televisiva contra o senador Joseph McCarthy.

As *breaking news* de hoje também são narradas de forma dramática. Este *estilo* é melhor percebido quando se observa este tipo de chamada televisiva em língua que não se entende. Neste caso, o telespectador despreza o valor semântico do que está sendo comunicado e observa os efeitos paralinguísticos da locução. Exemplo disso é o anúncio feito da morte do ditador Kim Jong-il em 2011. A reação emocional da apresentadora da TV norte-coreana pode ser equiparada à de Walter Cronkite, que interrompeu emocionado a programação da CBS TV para noticiar o falecimento de John Kennedy, assassinado em Dallas em 1963. No Brasil, foi o que ocorreu também com o óbito de Tancredo Neves em 1985.

Tal expediente, o de se fazer chamadas num tom comovente, é utilizado igualmente nas aberturas dos telejornais. O objetivo deste tipo de apresentação é acrescentar ao dito uma sonoridade que evoca na audiência a sensação de urgência. A trilha musical deste tipo de programa tem o mesmo objetivo. Ela desperta o público da dormência e afasta as pessoas da sonolência.

A capacidade de o rádio provocar efeito similar de comção e pânico já foi demonstrada. Isso ocorreu nos casos do anúncio do suicídio de Getúlio Vargas em 1954, fato que deu origem a manifestações populares violentas no Brasil, e da dramatização realizada por Orson Wells da obra *Guerra dos Mundos* em 1938, ocorrência que levou mais de 1 milhão de pessoas em pânico às ruas de Nova York. Os discursos de Winston Churchill são exemplo adicional de pronunciamento povoado por recursos prosódicos que emocionaram as audiências de seu tempo, em especial, a entonação, o ritmo, as pausas de sua fala e o tom cavernoso de sua voz.

Decorre desses exemplos a evidência da diferença entre o tom apaziguador e o colérico. O que se espera da elocução de um Papa, por exemplo, é a serenidade e a calma. É bastan-

te improvável que um pregador da paz fale utilizando os tiques de um narrador esportivo ou os de um general posicionado no campo de batalha. Dublar a voz de um personagem irado como Mussolini com a de um conciliador como o Dalai Lama produz efeito humorístico, o que diverte o ouvinte por sua inadequação retórica.

O afeto produzido nos interlocutores pela oralidade é tema clássico da história da comunicação. No caso valem sobremaneira os recursos mnemônicos do orador, entre eles a rima, o ritmo, a pronúncia e a ênfase tônica. Através deles se educavam as novas gerações e se estimulavam os combatentes a saírem à luta no campo de batalha. O que se dizia pela voz do ancião tribal visava também fortalecer a fé nas credences comunitárias. Saber falar foi um atributo igualmente valorado na Grécia antiga, onde somente 10 por cento da população era (parcamente) alfabetizada, e depois, durante toda a Idade Média até a Modernidade, quando finalmente o mundo das letras e o da mídia tornaram-se canais bem mais frequentes de interação social.

O atributo da voz ser capaz de estimular os sentimentos do ouvinte era e continua a ser um dos principais vieses da oralidade. Esta propriedade explica o fascínio que a conversação intimista e os encontros face a face continuam a ter para as pessoas. Esse é o caso também dos encontros comunais. Neles a cantoria coletiva e o discurso emocional de um pregador são capazes de elevar os espíritos, ou ainda de atormentá-los com o medo e a raiva. Entre os atributos da voz está sua capacidade de dramatizar a injustiça, mobilizar a esperança, liberar o *stress*, gerar energia emocional, afirmar a identidade e expressar a indignação moral.

A sociabilidade ensina a pessoa a inferir dessa variação de tom um significado, entre eles a surpresa, a ironia, a raiva e o medo. A preocupação com o tema é típica dos cantos sacros. Esta forma de cantar a oração foi consolidada por ser eficiente instrumento de estimulação social. Tal resultado é chamado na tradição cristã de *adoracionismo*, tema referido na etapa anterior de minha fala.

Em última instância, a melodia de uma fala é uma das maneiras através das quais a pessoa se apresenta ao interlocutor. Ela serve também como elo de integração de certa comuni-

dade e de expressão de certa identidade ou posição, algo perceptível nas ruidosas manifestações antissociais dissidentes.

A relação entre os efeitos prosódicos dos discursos e as emoções coletivas é tópico relevante, considerando o impacto que certos discursos políticos produzem nas audiências massivas. O relevante no caso não é o que se diz, mas como se diz. O fato explica por que se distingue facilmente a voz de um pregador religioso da de um narrador esportivo. A midiatização das vozes funciona porque nesse caso o seu efeito também é sutil.

Estudo empírico mostra que em geral as vozes políticas, tanto as que nos chegam da direita como da esquerda, se parecem. Elas são acolhedoras. Naturalmente há vozes abrasivas que desejam com seu tom belicoso produzir outro tipo de efeito emocional na audiência. Há vozes coléricas como a de Maduro, como há vozes sombrias como a do uruguaio Tabaré Vázquez, melancólicas como a de Nestor Kirchner e flutuantes como a de Churchill.

As emoções derivadas do tom dos pronunciamentos são decodificadas pelos ouvintes de forma inconsciente entre 300 e 600 milissegundos, efeito que ocorre também com a audição das trilhas musicais das películas. As emoções geradas por esta relação variável entre a expressão e o conteúdo, entre o que se diz e como se diz, podem também ser detectadas laboratorialmente. Um desses experimentos mostra que o grau de precisão da emoção identificada pelo ouvinte foi de 84,8% para alegria, 87% para raiva, 83,8% para surpresa e 81% para tristeza.

3. Em conclusão...

Em conclusão sugiro que a realidade atual, marcada que é pela rápida adesão das massas à mídia, pela convergência tecnológica e pelo enredamento virtual, proporciona numerosos exemplos que dão ao conceito *midiatização* uma solidez e clareza que casos antigos da história da comunicação não proporcionavam. Sugiro também que a influência atual da mídia nas atitudes e nos comportamentos dos atores sociais tem, em boa medida, o objetivo de administrar as emoções coletivas. O caso examinado nesta apresentação da midiatização das realidades,

a da monarquia e a dos astros do *showbiz*, e o da midiatização da voz são exemplos que documentam a maneira como os atores levam agora em conta o viés tecnológico da mídia em suas interpretações.

PARTE II
ACONTECIMENTOS

Colectivos, circulación de discursos sociales y movilización ciudadana: el caso #RosarioSangra¹

Collectives, circulation of social discourses and citizen mobilization: the case of #RosarioSangra

Natalia Raimondo Anselmino²

RESUMEN: Lo presentado en las siguientes líneas es producto de una investigación grupal e interdisciplinaria orientada a analizar los modos en que los discursos sociales sobre lo público-político que son visibilizados al ponerse en circulación a través de plataformas mediáticas como las de Facebook o Twitter adquieren, por fuera de las mismas, visibilidad situada de la co-presencia propia del espacio público más tradicional o visibilidad mediática. En pos de dicho objetivo, se exponen aquí algunas reflexiones elaboradas a raíz del estudio de un caso único de carácter instrumental: las movilizaciones ciudadanas en pedido de “seguridad y justicia” que se sucedieron en la ciudad de Rosario (Argentina), bajo el *slogan* #RosarioSangra, durante el segundo semestre de 2016. Las ideas así compartidas procuran comprender la articulación entre *diferentes regímenes de visibilidad* de los discursos sobre lo público-político así como las intersecciones entre actores socioindividuales y colectivos en las *sociedades hipermediatizadas*.

1 Este artículo es reelaboración de la exposición presentada en ocasión del *III Seminário Internacional de Pesquisa em Mídia e Processos Sociais* (UNISINOS, 2019) y ha sido publicado originalmente en la *Revista Sociedad*, n. 39 (noviembre 2019 a abril 2020), de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

2 Professora da Universidad Nacional de Rosario (UNR) e pesquisadora do CO-NICET. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7217-8754>. E-mail: natalia_raimondo@hotmail.com.

PALABRAS-CLAVE: Movilización ciudadana. Discursos sociales. Circulación. Colectivos. Mediatización.

ABSTRACT: This paper is the product of a group and interdisciplinary research aimed at analyzing the ways in which social discourses on the public-political that are visible when they are put into circulation through social media platforms such as Facebook or Twitter acquire, outside of them, visibility located in the co-presence of the more traditional public space or media visibility. In pursuit of this objective, some reflections are presented following the study of a unique case of an instrumental nature: the citizen mobilizations for “security and justice” that happened in the city of Rosario (Argentina), under the slogan #RosarioSangra, during the second half of 2016. The ideas thus shared seek to understand the articulation between different visibility regimes of public-political discourses as well as the intersections between socio-individual and collective actors in hypermediatized societies.

KEYWORDS: Citizen mobilization. Social discourses. Circulation. Collectives. Mediatization.

RESUMO: O que é apresentado a seguir é o produto de uma pesquisa em grupo e interdisciplinar, com o objetivo de analisar as formas pelas quais os discursos sociais sobre o público-político visíveis quando colocados em circulação por meio de plataformas das redes sociais como o Facebook ou o Twitter adquirem, fora deles, visibilidade localizada na copresença do espaço público mais tradicional ou visibilidade da mídia. Em busca desse objetivo, são apresentadas algumas reflexões aqui elaboradas a partir do estudo de um caso único de natureza instrumental: as mobilizações de cidadãos em prol de “segurança e justiça” que ocorreram na cidade de Rosário (Argentina), sob o lema #RosarioSangra, durante o segundo semestre de 2016. As ideias assim compartilhadas buscam entender a articulação entre os diferentes regimes de visibilidade dos discursos político-públicos, bem como as interseções entre os atores socioindividuais e coletivos nas sociedades hipermediatizadas.

PALAVRAS-CHAVE: Mobilização cidadã. Discursos sociais. Circulação. Coletivos. Mídiação.

1. Presentación

La posibilidad y el sentido de la acción colectiva, más o menos organizada, representa uno de los interrogantes más deseados para las ciencias sociales en general y, también, para los estudios sobre el devenir del *proceso histórico de mediación* (VERÓN, 2013) en particular. La constante intersección entre las identidades individuales y las colectivas, la dinámica de constitución de los vínculos sociales en épocas de desacreditación de las instituciones más tradicionales y la apuesta por la circulación de los discursos sociales en situaciones de conflicto o de protesta son parte de la urdimbre mediante la cual se entretajan fenómenos como el aquí planteado. Es precisamente en esta línea de interés donde se sitúan las reflexiones que se comparten en este artículo. Las mismas se enmarcan en una investigación grupal e interdisciplinar³ cuyo objetivo general consistió en analizar los modos en que los discursos sociales sobre lo público-político (entendidos en el sentido propuesto por Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani, 2015) visibilizados al ser publicados en plataformas conectivas (VAN DIJCK, 2016) como las de Facebook o Twitter adquieren, por fuera de las mismas, visibilidad situada de la co-presencia propia del espacio público más tradicional (la plaza, la calle, etc.) o visibilidad mediática⁴. Con este afán, la investigación se abocó al estudio de un *caso* que funcionó casi como una excusa o un punto de partida desde el cual conocer las maneras en que se produce, en la actualidad, la articulación entre los diferentes *regímenes de visibilidad*⁵, así

3 PI+D *Nuevas visibilidades en la cultura digital: esfera pública contemporánea y redes sociales en Internet* (1POL253), radicado en el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Dicho proyecto se ejecutó bajo la dirección de Sebastián Castro Rojas y la codirección de Natalia Raimondo Anselmino y María Cecilia Reviglio, y contó con la participación de docentes, estudiantes y graduados de las licenciaturas en Comunicación Social –Ricardo Diviani, Irene Gindin, Mariana Busso, María Cecilia Echeopar, Natalia Coiutti, Daniela Sánchez, Alejandro Sambrana–, en Antropología –Emmanuel Pérez Zamora–, en Relaciones Internacionales –Virginia Brussa–, así como de Ingeniería en Sistemas de Información –Guillermo Leale, Ana Laura Cardoso, José Rostagno.

4 Se recuperan aquí los planteos en torno a la *visibilidad* elaborados por Thompson (1998).

5 Los *regímenes de visibilidad* se ligan a “ciertos modos en que esa visibilidad

como el modo en que las plataformas mediáticas (FERNÁNDEZ, 2018a) participan en la configuración y la puesta en circulación de lo público-político en sociedades hipermediatizadas (CARLÓN, 2019), como la nuestra. La elección de estudiar un caso único supuso, por cierto, “un diseño de investigación orientado al análisis de las relaciones entre muchas propiedades concentradas en una sola unidad [procurando] [...] un análisis intenso de sus significados con la intención de comprenderlo en su especificidad más que buscando generalizaciones” (ARCHENTI, 2018, p. 291-292). Más precisamente, se trató de un estudio de caso de carácter *instrumental*, por recuperar una de las diversas tipologías con las que suele clasificarse dicha estrategia investigativa, en tanto el caso cumplió, como se ha dicho, “el rol de mediación para la comprensión de un fenómeno que lo trasciende” (ARCHENTI, 2018, p. 296).

Para estudiar este fenómeno social tan complejo se optó por articular las labores propias del análisis de los discursos sociales provisto por la sociosemiótica veroniana (VERÓN, 1987) sobre diversos paquetes textuales, con técnicas de recolección de datos cualitativas⁶ que vehiculizaron el acercamiento a las perspectivas de ciertos actores protagonistas, así como el empleo de métodos computacionales que hicieron posible la obtención, la sistematización, la visualización y el manejo de gran cantidad de datos y metadatos provenientes de las plataformas de Facebook y de Twitter. Todo esto en función de que, tal como explica Archenti (2018), en los estudios concentrados en un caso único y “dado que el objetivo es abordar un fenómeno complejo en forma holística, el investigador se aproxima al caso

ha sido –y es– social e históricamente circunscripta y clasificada. Así, entre sus diferentes acepciones en español, el término régimen es definido como un ‘conjunto de normas por las que se rige una institución, una entidad o una actividad’ y, asimismo, en tanto ‘conjunto de características regulares o habituales en el desarrollo de algo’” (RAIMONDO; REVIGLIO, 2017, p. 3).

- 6 Se hace aquí alusión a entrevistas en profundidad realizadas *ad hoc* en función de recuperar los testimonios de actores convocantes a la primera marcha. El análisis de los discursos así recuperados permitió delinear perfiles de *familiar*, en tanto figuras centrales de la acción colectiva estudiada, para poder comprender los diferentes modos de participación durante y después de las movilizaciones. Los hallazgos producidos mediante las entrevistas se encuentran inéditos al momento de la publicación de este artículo y han sido compendiados en Reviglio y Castro Rojas (en prensa).

a través de diferentes métodos de investigación o triangulación metodológica” (p. 293).

En lo que sigue de este escrito, se comienza describiendo el caso en cuestión, para luego dar lugar a algunas de las inferencias que se desprenden de la investigación mencionada.

2. El caso #RosarioSangra

El caso escogido es denominado a partir de la etiqueta #RosarioSangra. Tal como se explica en Raimondo Anselmino, Reviglio y Echeopar (2018), mediante un sintagma que devino en cierto modo *slogan* –en el sentido que Canetti (1981) otorga a este término, es decir, como una especie de “grito de combate”– se activaron y aglutinaron un conjunto diverso de discursos sociales sobre la *inseguridad*⁷.

El fenómeno analizado tuvo lugar en Rosario, que es uno de los principales conglomerados urbanos de Argentina en términos de cantidad de población y se encuentra, desde hace algunos años, en un contexto de alta sensibilidad social en lo que a seguridad se refiere, sobre todo en relación con hechos delictivos ligados con el narcotráfico.

Durante el segundo semestre de 2016, se sucedió una serie de marchas masivas en pedido de “seguridad y justicia” gatilladas por una seguidilla de tres homicidios violentos. La cobertura periodística de estos hechos tematizó fuertemente la problemática de la seguridad; es decir, que –como se indica en Raimondo Anselmino et al. (2018)– tanto la prensa como la televisión y la radio propiciaron un tratamiento informativo que hizo converger acontecimientos distintos en la indicación de un problema que reviste significado público y exige una solución. Entre las operaciones discursivas observadas puede señalarse, por ejemplo, que el principal periódico local, *La Capital*, desde el 18 de agosto empezó a utilizar, en su edición impresa, una especie de pseudosección denominada “Tiempos violentos” para cubrir tanto las noticias en torno a los asesinatos como, más tarde, las marchas estudia-

7 La *inseguridad* es entendida aquí como una prenocción sociológica, es decir, “una forma de explicar la realidad del sentido común antes que un concepto desarrollado por las ciencias sociales” (KESSLER, 2015, p. 11).

das y sus repercusiones políticas. Se trata de un procedimiento de amalgama entre las movilizaciones ciudadanas y los acontecimientos delictivos previos. A estas operaciones de diagramación y de puesta en página se sumaron también otras orientadas a la “construcción de una estructura relacional sólida para los hechos” (Van Dijk citado en FERNÁNDEZ PEDEMONTE, 2001) promovida por estrategias discursivas tales como la conexión de hechos (forzada o no) y el encuadre en un mismo fenómeno:

Tal es el caso de la figura de la ola, metáfora construida sobre las ideas de avance, crecimiento, arrastre y, eventualmente, retirada, que se advierte reiteradamente en los medios analizados: “ola de crímenes” (RosarioPlus, El Ciudadano, Rosario3), “ola delictiva” (RosarioPlus, El Ciudadano), “ola de violencia” (La Capital). En este mismo sentido, la figura de la ola se complementa con otras que también remiten a significados de continuidad y crecimiento: “escalada de homicidios” (Rosario/12), “angustiante seguidilla de crímenes” (La Capital), “saga mortal” (El Ciudadano) (RAIMONDO ANSELMINO et al., 2018, p. 39).

Ilustración 1 – Serialización de pseudosección “Tiempos violentos”



Fuente: Elaboración propia con material hemerográfico.

Los tres crímenes antes mencionados, sin conexión entre sí, ocurrieron en un periodo de diez días. En primer lugar,

durante la primera quincena de agosto de 2016, la desaparición y el posterior hallazgo del cuerpo del joven Fabricio Zulatto; cuatro días después, el asesinato de Nahuel Ciarroca en ocasión de intento de robo de su teléfono móvil, y; por último, la muerte de Héctor Villalba en manos de un grupo de delincentes que efectuaba una “entradera”, es decir, un asalto cuando la víctima ingresaba a su hogar.

Los medios de comunicación locales dieron una gran cobertura a estos tres casos cuyas víctimas reunían ciertas características que operaron en favor de la identificación por parte de la ciudadanía: todas pertenecían a la clase media y las dos primeras eran jóvenes estudiantes, mientras que el último, un “hombre de trabajo”. De ese modo, estos tres crímenes funcionaron como catalizadores de la cólera pública y devinieron en sustrato de las marchas mediante las cuales se vehiculizó el reclamo popular.

Ilustración 2 – Imágenes de la primera marcha



Fuente: Reelaboración propia a partir de imágenes extraídas de la plataforma de Facebook⁸ y de la web.

Si bien entre los meses de agosto y noviembre de 2016 se registraron en la ciudad de Rosario no menos de nueve concentraciones ciudadanas, el caso, tal cual se ha delimitado, se circunscribe sólo a tres en particular, todas ellas con las siguientes características:

1. la convocatoria a las mismas se hizo visible y circuló inicialmente a través de plataformas como las de Facebook, Twitter y WhatsApp⁹ y, por lo tanto, se

8 Puede verse por ejemplo el siguiente álbum compartido en Facebook por un fotógrafo rosarino: https://www.facebook.com/pg/SebastianCriadoFotografia/photos/?tab=album&album_id=1022436651207144

9 Como se advierte en Raimondo Anselmino et al. (2018), la convocatoria a la primera de las tres marchas tarda en llegar a la prensa local (tanto impresa como

trata de movilizaciones en las cuales los “intercambios discursivos mediatizados a través de plataformas” (FERNÁNDEZ, 2018a, p. 14) desempeñaron un papel central;

2. estuvieron organizadas por grupos de familiares de víctimas de inseguridad y;
3. se orientaron al pedido general por mayor “seguridad y justicia”, esto es, no se limitaron al reclamo por un crimen en particular¹⁰.

Las marchas que comprende el caso #RosarioSangra, entonces, son en total tres y fueron llevadas a cabo el 25 de agosto, el 8 de septiembre y el 10 de noviembre de 2016. Se trata de movilizaciones que adquirieron, a diferencia de otras tantas, gran notoriedad pública y desencadenaron una extraordinaria participación ciudadana que obtuvo una significativa visibilidad en medios masivos de comunicación. Asimismo, sus repercusiones políticas no fueron tampoco menores; entre otras:

- proliferaron las declaraciones de referentes del poder ejecutivo, legislativo y judicial, que no suelen pronunciarse fácilmente sobre temas de seguridad;
- se concretó en Buenos Aires una reunión cumbre por seguridad entre el Gobernador de la provincia de Santa Fe, la Intendente de la ciudad de Rosario y los ministros de Seguridad tanto provincial como nacional;
- se llevó a cabo un cónclave entre el Gobernador y diputados y senadores nacionales por Santa Fe;
- se reemplazó al jefe y al subjefe de la Policía de la Provincia de Santa Fe;
- los ministros provinciales de Seguridad y de Justicia realizaron una presentación a pedido expreso de la Cámara de Diputados de la provincia;
- se realizó una reunión extraordinaria de la comi-

online). El umbral de visibilidad (WOLF, 1987) del acontecimiento en los medios comienza con una nota del diario La Capital, tres días más tarde de que apareciera el primero de los eventos en Facebook.

10 Aunque, vale aclarar, en las tres marchas pudo observarse el lugar significativo que ocupaban los carteles que portaban los ciudadanos movilizados, muchos de los cuales hacían alusión a la memoria de algún familiar o allegado asesinado.

- sión de Labor Parlamentaria del Concejo Municipal de la ciudad de Rosario que derivó en la declaración del “estado de emergencia en seguridad” por seis meses y en la aprobación de un conjunto de medidas propuestas por el ejecutivo local, entre ellas, la reasignación presupuestaria, y;
- se anunció e hizo efectivo un aumento de adicionales y horas extras en el salario de la Policía provincial.

Ilustración 3 – Tratamiento mediático sobre repercusiones políticas



Fuente: Elaboración propia con material hemerográfico.

Todo lo expresado permite pensar la gestación del fenómeno en clave de aquello que desde el punto de vista de la semiótica de la cultura se definiría como un *momento explosivo*. Inesperadamente, lo que había comenzado con un par de eventos en Facebook “se materializó en las calles, se convirtió en un *trending topic* de Twitter y ocupó la agenda de los medios locales –e incluso nacionales” (RAIMONDO ANSELMINO et al., 2018, p. 26). Lotman (1999) distingue los *momentos explosivos* de los procesos de larga duración. A diferencia de estos últimos, los primeros dan lugar a una *brevedad atemporal*, “un momento casual, imprevisible [...] [que] irrumpe la cadena regular de causas y efectos” (LOTMAN, 1999, p. VI) y que, en este caso, dio lugar a una proliferación de diferentes tipos de discursos sociales: el discurso de los actores socioindividuales mediatizados a través de las plataformas conectivas; el discurso de información

que convirtió al reclamo en parte de una actualidad socialmente compartida, más allá de toda experiencia personal, y; el discurso político tanto de los protagonistas de las protestas como de los funcionarios públicos de los diversos poderes del Estado. Como ya lo advirtieron Steimberg y Traversa (1997), la visibilidad es construida siempre a partir de procesos discursivos.

3. Convocatoria, circulación y colectivos

El objeto de conocimiento de esta investigación –esto es, la articulación entre diferentes regímenes de visibilidad de los discursos sobre lo público-político en la actualidad, particularmente atendiendo a aquellos cuya circulación es motorizada a través de lo que vulgarmente se llama “redes sociales” y el discurso especializado define como *plataformas conectivas* (VAN DIJCK, 2016) o *plataformas mediáticas* (FERNÁNDEZ, 2018a)– supone cavilar en torno a la conformación de las identidades colectivas –esas *pluralidades* de las cuales los actores socioindividuales se sienten parte–, ya sean estas pensadas en términos de *colectivos sociales* o de *colectivos de comunicación*¹¹.

Como se señaló antes, lo que hizo de las movilizaciones #RosarioSangra un caso de interés para esta investigación fue el hecho de que la convocatoria a marchar circulara en un principio con exclusividad –a excepción, por cierto, de lo que queda restringido al ámbito no mediatizado de la comunicación interpersonal cara a cara– a través de las plataformas de Facebook, Twitter y WhatsApp. Es decir, algo que en términos del modelo analítico que propone Carlón (2016) sobre la cir-

11 Tanto la cuestión de la constitución de las identidades colectivas como las nociones de colectivos sociales o de comunicación son recuperadas tal cual las plantea Eliseo Verón en varios de sus trabajos al respecto. Una lectura de la distinción que este autor realiza entre los diferentes tipos de colectivos puede verse en Raimondo Anselmino (2019). Según Verón (2005), los *colectivos sociales* “forman parte del tejido social, se los puede reconocer y hasta individualizar” (p. 8); se trata de grupos cuya distinción pareciera estar relacionada con el mundo del trabajo (como, por ejemplo, “docentes”, “científicos”, “empresarios”) y que aparecen en diversos discursos sociales. Por su parte, los *colectivos de comunicación* son aquellos que “existen en la medida en que sus miembros comparten la focalización, más o menos intensa, en una escena” (VERÓN, 2001, p. 76) social, ya sea a partir de una situación generada por el sistema de medios (por ejemplo, una determinada audiencia) o a partir de la experiencia no mediatizada.

culación del sentido podría pensarse, en parte, como *circulación horizontal* –entre usuarios-pares dentro de las redes– y, en parte, como una *circulación vertical de tipo ascendente* –de abajo hacia arriba–, de las plataformas mediáticas hacia los medios masivos.

La primera movilización, que se llevó a cabo el 25 de agosto, fue convocada a partir de dos eventos en Facebook: uno creado el 19 de agosto por una familiar de víctima de delito violento y otro, el 20 de agosto, por la administradora de un grupo de Facebook, de tipo público, que por entonces se denominaba “Rosario de pie” y luego se renomina “#Rosario Sangra”. Ambos invitaban a marchar desde distintos puntos de la ciudad hasta la sede de los Tribunales Provinciales y, de allí, hacia la sede local de la Gobernación. Un análisis en detalle de la configuración enunciativa de estos y los demás eventos mediante los cuales se convocó a las tres marchas que constituyen el caso estudiado puede leerse en Busso y Echeopar (2019).

Ilustración 4 – Imágenes centrales de los eventos en Facebook



Fuente: Reelaboración propia en base a imágenes tomadas de Facebook.

Desde ese momento, la convocatoria comenzó a circular a través de las plataformas más populares y durante los primeros tres días ningún medio tradicional se hizo eco; la iniciativa ciudadana, por lo tanto, pasó desapercibida para el *discurso de información*. Así, mientras crecía el número de interesados en los eventos de Facebook, y se tuiteaban y retuiteaban imágenes

fuertemente interrelativas con información sobre la movilización, el *hashtag* #RosarioSangra se convirtió en *trending topic* en Twitter (GINDIN et al., 2019).

Ilustración 5 - Imágenes que circularon en Twitter antes de la primera marcha



Fuente: Twitter.

Recién el 22 de agosto, tres días antes de la movilización, empiezan a aparecer de a poco algunas notas periodísticas en donde se alude a la marcha programada para el 25, dando entonces allí inicio al *umbral de visibilidad* del fenómeno en los medios masivos. Por lo general, eran noticias que hacían hincapié, particularmente, en el estado emocional de la ciudadanía, es decir, en los *afectos* que habrían disparado la protesta. En esos primeros discursos mediáticos proliferaron sintagmas como “clima caldeado”, “hartos”, “estamos cansados”, “aseguran no saber qué más hacer”, “no va más” y frases de este estilo (RAIMONDO ANSELMINO et al., 2018).

Por otra parte, es preciso señalar que entre quienes impulsaron y organizaron las marchas se destaca un colectivo social en particular, que es el de los *familiares de víctimas de inseguridad*. Tal como advierten Reviglio y Castro Rojas (en prensa), los colectivos de familiares de víctimas de inseguridad no son excepcionales en la esfera pública actual y devienen un actor relevante en los estudios sobre movimientos sociales, convirtiéndose, incluso, para el pensamiento sociológico (cfr. PITA, 2010), en un tipo particular de activista político¹². Tal es así que,

12 Según recuerdan los autores, “el antecedente más saliente de colectivos de familiares lo conforman los vinculados con los crímenes de la última dictadura militar: Familiares de Detenidos y Desaparecidos por Razones Políticas, Madres de Plaza de Mayo, Abuelas de Plaza de Mayo, las agrupaciones H.I.J.O.S. y Hermanos son

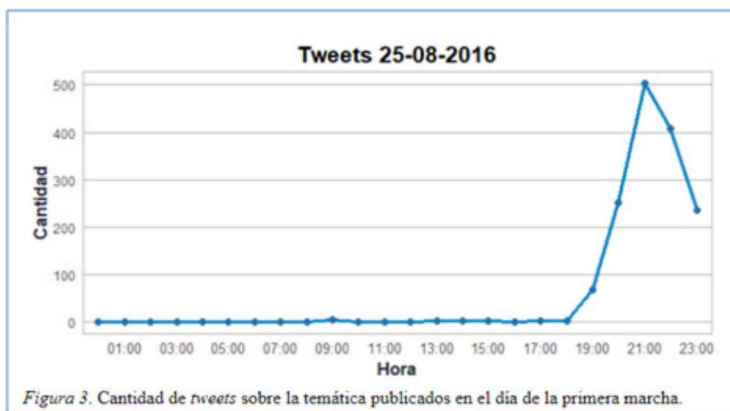
para Jelin (2007), “el familismo” es uno de los criterios centrales de legitimación de la voz pública en relación con los crímenes. Según Galar (2016), se trata de colectivos que suelen buscar acceso a los medios de comunicación para convertirse en “interlocutores legítimos con los poderes públicos con miras a aportar definiciones sobre los problemas” (p. 80).

No obstante, a diferencia de la organicidad que asumen agrupaciones como las de Madres o Abuelas de Plaza de Mayo, la pluralidad de familiares de víctimas de delitos violentos que se reunieron detrás del *slogan* #RosarioSangra para gestar y llevar a cabo las marchas promovieron consignas de gran heterogeneidad ideológica, tan disímiles como la imposición de la pena de muerte, por un lado, y el reclamo de “más educación y menos gendarmes”, por el otro. ¿Qué tenían, entonces, en común? ¿Qué es lo que, en este caso, propició la gestión de la acción colectiva? Los reunía la experiencia de haber perdido a un hijo, un padre, un hermano en circunstancias relacionadas con el delito y la expresión de dolor e indignación por esa pérdida; en otras palabras, los unía la manifestación del *afecto* entendido, como plantea Dahlgren (2018), como el “lado colectivo de la emocionalidad” (p. 33). Como afirma el autor, “podemos comprender la importancia del afecto si consideramos que lo que moldea la participación es algo más poderoso que solo las ideas en la cabeza de los individuos; la experiencia social” (DAHLGREN, 2018, p. 33). Fue, precisamente, ese afecto compartido, puesto en discurso, alrededor del cual se alentó inicialmente el compromiso y motivó la consecuente participación. Esto favoreció, al menos momentáneamente, cierta identificación con el opaco pedido de “seguridad y justicia” no sólo entre el colectivo de *familiares* sino, también, de miles de otros ciudadanos que participaron de la protesta. Aquí puede observarse claramente que, como advierte Valdetaro (2012) en sus reflexiones sobre el fenómeno de la “Primavera Árabe”, la relación entre las plataformas mediáticas y las calles es de *inter-dependencia*, porque ambos ambientes funcionan como “*conectores-de-afectos-en-vivo*” (p. 161; el destacado es de la autora).

ejemplos de colectivos familistas que tomaron y aún conservan presencia en el escenario público en reclamo por crímenes de lesa humanidad que el Estado cometió contra sus propios ciudadanos” (REVIGLIO; CASTRO ROJAS, en prensa, s/p).

Si se examina, por ejemplo, la distribución temporal del cúmulo de tweets publicados los días de la primera y la segunda marcha (Ilustración 6) con motivo de las mismas, puede advertirse que el momento de mayor concentración coincide con el período de duración de la movilización efectiva en la calle. Se trata, prevalentemente, de discursos mediante los cuales quienes estaban marchando publicaban y compartían, a su vez, en vivo ya través de la plataforma de Twitter, su experiencia vivida.

Ilustración 6 – Distribución temporal de tweets estudiados durante el día de la marcha



Fuente: Elaboración del equipo de investigación.

Es así como se engendró, con la presencia efectiva de muchos cuerpos en la marcha y las réplicas de esos cuerpos en las “redes”, todo un *colectivo de comunicación* que excedió a la

figura del “duelante público” que suele asumir cada *familiar de víctima de inseguridad*. Siguiendo a Verón (2001), se entiende que todo colectivo de comunicación es siempre un público (presencial o virtual). Un público, un colectivo de comunicación que –como también pensó Verón (2002) en relación con los “cacero-lazos” de comienzos de 2002 en Argentina¹³– se sabe un punto en una red, es decir, que aquellos que se encuentran congregados, manifestándose, tienen una creciente conciencia de que muchos otros los están mirando por televisión o están siguiendo su *performance* a través de las diversas plataformas mediáticas. Tal como propone Fernández (2018b),

el público es un elemento constitutivo no sólo como sujeto de la acción sino como *espectador*: es un horizonte de destinación propuesto que regula las formas de *performance* y la producción de discursos y, al mismo tiempo, indica que el sentido de los acontecimientos sólo se completa más allá del círculo de los protagonistas directos (p. 92).

4. El discurso sobre las marchas en los medios tradicionales

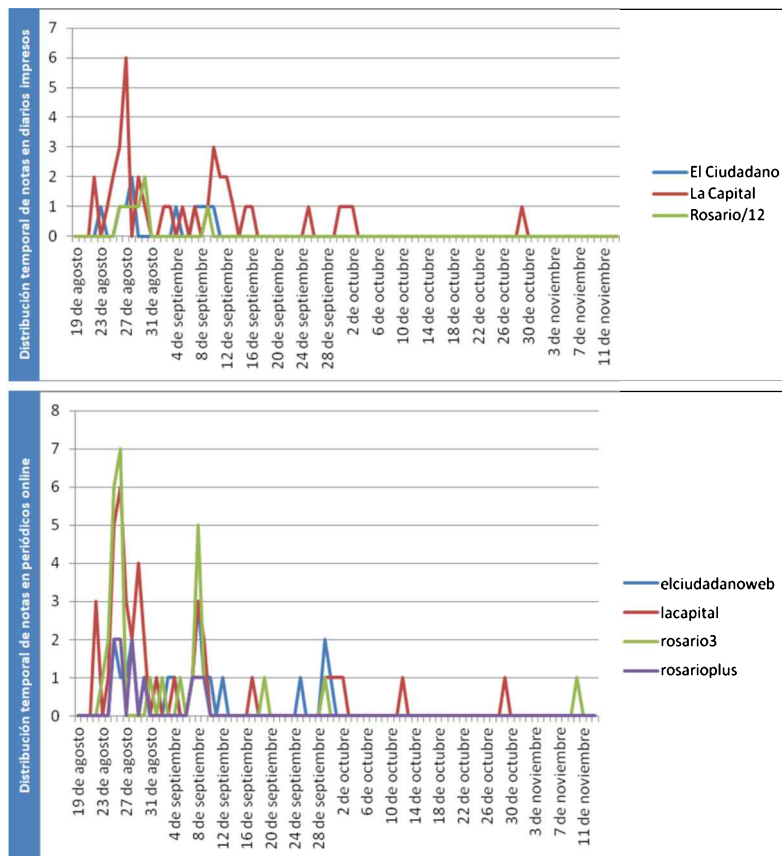
Sobre la puesta en discurso de las marchas por parte de los medios tradicionales –aspecto, por cierto, analizado con detenimiento en Raimondo Anselmino et al. (2018)– sólo se señalarán aquí algunas pocas cuestiones que permiten revisar la relación entre los diferentes regímenes de visibilidad.

En primer lugar, más allá de la diferencia que pudo reconocerse en el tratamiento brindado por los distintos medios de prensa analizados en Raimondo Anselmino et al. (2018), se advierte que la marcha a la cual se dio mayor cobertura fue la primera. Por el contrario, en lo que atañe a los discursos de los actores socioindividuales mediatizados a través de las plataformas conectivas (confrontar, por ejemplo, ilustraciones 7 y 8), se

13 Se hace aquí referencia a un texto inédito del autor, fechado por él mismo en la “madrugada del 11 de enero de 2002”, que forma parte de los materiales compendiados en el Archivo Eliseo Verón (<http://archivoveron.una.edu.ar/>), bajo tutela del Instituto de Investigaciones de la Universidad Nacional de las Artes.

observó que tanto en Facebook como en Twitter fue la segunda movilización la que más discursos propició. En sintonía con ello, según el testimonio de los actores protagonistas entrevistados en la investigación (REVIGLIO; CASTRO ROJAS, en prensa), fue la movilización del 8 de septiembre la que logró una mayor convocatoria de gente.

Ilustración 7 – Distribución temporal de notas sobre las marchas en la prensa local de la ciudad de Rosario



Fuente: Reelaboración de Raimondo Anselmino et al. (2018).

Ilustración 8 – Distribución temporal de tweets estudiados sobre las marchas



Fuente: Gindin et al. (2019).

En segundo lugar, en la configuración discursiva de la movilización ciudadana por parte de los medios se advirtió un proceso de actantización (RAIMONDO ANSELMINO et al., 2018) mediante el cual el sujeto de la acción es la ciudad toda que se convierte en una *entidad* dispuesta en calidad de *metacolectivo singular*. De este modo, los medios convirtieron a Rosario Sangra en una organización: por ejemplo, en la primera nota que publicó el diario *La Capital* se dice que la marcha está siendo convocada “por la organización Rosario Sangra”, otorgándole la solidez de un estatuto institucional. Por lo visto, si no había una institución que respaldara la movilización, los medios debían crearla.

En tercer lugar, es posible entrever cómo los periódicos reiteraron y reforzaron el carácter masivo de la marcha, sobre todo en la primera, en tren de resaltar su valor de noticiabilidad. Tal como se expresa en Raimondo Anselmino et al. (2018),

a lo largo de todo el período analizado los cinco medios reiteran y refuerzan su carácter masivo a través de adjetivos evaluativos que las consignan como “masiva”, “multitudinaria”, “abrumadora”, “nutrida”, “gigantesca”, “sin precedentes”, “impresionante”, y que tienden a la hiperbolización, procedimiento retórico que no solo se hace presente en referencia a cantidad de personas o convocatoria, sino a los sentimientos vehiculizados por la misma: “deses-

perado lamento” (Rosario3), “Masiva, imponente, estremeecedora y emotiva” (La Capital) (p. 40).

Paralelamente, todos los periódicos también se ocuparon de resaltar, entre otras características, su condición apartidaria.

Finalmente, en cuarto lugar, respecto del tratamiento de las fuentes informativas, se señala que las más citadas fueron, como suele suceder, las “oficiales”. No obstante, además de estas últimas, se destaca el lugar privilegiado otorgado a algunos actores socioindividuales que participan de los colectivos de familiares de víctimas de inseguridad, sobre todo a aquellos familiares “notables” que gozan de un reconocimiento público que excede a su duelo¹⁴.

5. A modo de cierre

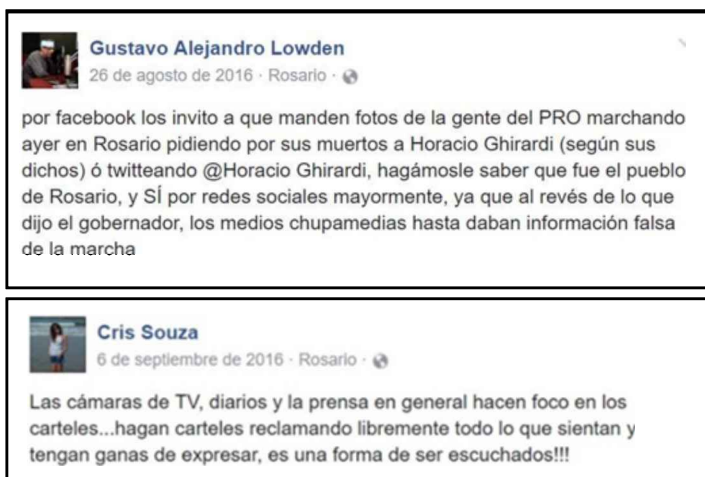
Es imposible afirmar que exista “un” lugar de gestación de una movilización social de estas características. Más bien puede decirse que los diferentes regímenes de visibilidad se van entrecruzando, constantemente, de un modo inextricable. Ello obedece a la complejidad del caso y a la complejidad creciente de las sociedades actuales (VERÓN, 2013), en las que, cada vez más, se dificulta disociar la experiencia individual no mediaticada de la experiencia colectiva mediáticamente construida. Prolifera, así, ese tipo de situación a la cual Verón (2002) llamó, en cierta ocasión, *experiencia subjetiva multimediática*; porque “toda red semiótica conecta hoy –decía Verón ya en los albores del siglo XXI– lo cotidiano y lo mediático y tiene por definición zonas de incertidumbre” (p. 9).

La intersección entre los diferentes regímenes de visibilidad no es, por lo tanto, lineal ni unidireccional. Por ejemplo, en las gramáticas de producción de los discursos de los organizadores de las marchas se observa el reconocimiento de ciertos

14 Entre los testimonios recogidos con mayor frecuencia por la prensa se encuentran los de Enrique Bertini –empresario reconocido de la ciudad de Rosario que fue candidato a concejal en las últimas elecciones locales– y Eduardo Trasante –pastor evangélico que fuera concejal por Ciudad Futura y renunció a la banca en diciembre de 2018 tras una denuncia por acoso.

modos de funcionamiento tanto mass-mediático como propio de las plataformas mediáticas. Esto se evidencia en algunos de los posteos publicados en la pestaña “Conversación” del evento¹⁵ creado en el grupo público de Facebook “#Rosario Sangra” para difundir la primera movilización, y que han sido estudiados durante la investigación. Allí (ver Ilustración 9), puede advertirse cierto *saber del arché* (SCHAEFFER, 1990) puesto en juego, es decir, que entre las condiciones de producción del discurso de los actores socioindividuales hay un conocimiento que circula sobre la génesis de los discursos mediáticos y sobre las constricciones de los *dispositivos*.

Ilustración 9 – Posteos extraídos del evento de Facebook “Marcha en reclamo de Seguridad, Justicia y Cambio De LEYES Penales”



Fuente: Facebook.

Como diría Valdetaro (2012), se trata de capacidades cognitivas y perceptivas largamente entrenadas tras generaciones de mediatización icónico-indicial vía televisión. En el caso estudiado, algo de esto se manifestó cuando los organizadores de los eventos impulsaron a otros usuarios a “arrobar” o a “etiquetar” a determinados funcionarios del Estado en los mensajes que publicaban a través de alguna plataforma, o cuando la administradora de uno de los grupos de Facebook desde los cuales

15 <https://www.facebook.com/events/182338725520230> (recuperado el 18/09/2019).

se realizó la convocatoria explicó cómo lograr ser registrados por los medios tradicionales durante la manifestación en la calle. En síntesis, estos actores socioindividuales saben que, como sostiene Verón (1987), más allá de las experiencias “vivas” o “directas” de tipo personal o –podríamos agregar ahora– incluso de aquellas mediatizadas a través de las diversas plataformas interconectadas mediante Internet, los medios de comunicación tradicionales siguen oficiando, aún en sociedades hipermediatizadas, como el lugar donde se configura aquello que solemos llamar *actualidad*, nuestra *realidad social*.

Al mismo tiempo, es cierto que las plataformas, en tanto *infraestructuras performativas* (VAN DIJCK, 2016), amplían las posibilidades de asociación, de organización colectiva y de performance política, así como transforman las formas en que los actores socioindividuales se vinculan con las instituciones políticas y con las organizaciones mediáticas. Y se configuran, así, nuevos *espacios de enunciación pública* (CASTRELO, 2018, p. 80) donde otros discursos, incluso algunos provenientes de la comunicación de tipo interpersonal, pueden adquirir un horizonte público. A eso suele oponerse, como contracara, una mutación en la calidad de los lazos grupales que, al menos en el caso estudiado, son, por cierto, poco estables. La posibilidad, no obstante, de haber logrado que el reclamo asumiera visibilidad situada de la co-presencia más tradicional –lo multitudinario de la puesta del cuerpo en la calle– y repercutiera concretamente en cuestiones de política pública no es menor.

De este modo, desde el punto de vista de su mediatización, la movilización –cada una de las tres marchas estudiadas, pero sobre todo las primeras dos– asumió varias de las características que Dayan y Katz (1995) otorgaron al tipo de fenómenos que definen como *acontecimiento mediático*:

- estas marchas no son parte de la rutina informativa de los medios tradicionales que las versaron, sino que son interrupciones a dichas rutinas;
- fueron televisadas y transmitidas a través de diversas plataformas en directo;
- tuvieron lugar fuera de los estudios de televisión y no fueron iniciadas por las empresas mediáticas;

- han sido planeadas con antelación y se anunciaron por anticipado;
- e, incluso, están revestidas del halo de lo ceremonial.

Por otro lado, volviendo a la movilización popular en la calle, resta decir que lejos del éxito de las dos primeras, la última marcha realizada el 10 de noviembre de 2016 tuvo una asistencia muchísimo menor y pasó absolutamente desapercibida para los medios tradicionales: sólo uno de los cinco periódicos cuyo discurso se analizó publicó una nota al respecto; al mismo tiempo, se observó una clara merma de los discursos publicados en Facebook o en Twitter (ver Ilustración 8).

En concordancia con ello, los protagonistas organizadores de la movilización expresaron, en ocasión de las entrevistas en profundidad, la dificultad que notaron para sostener el compromiso de la ciudadanía en general y lograr mayor implicación popular, más allá de la reacción y la catarsis suscitada por la coyuntura. Porque la manifestación del *afecto* –es decir, su materialización en algún soporte sensible y, sobre todo, su mediatización a través de diversos fenómenos mediáticos– sirve para convocar, pero no alcanza para lograr, por sí sola y sin otras consignas, que acciones colectivas de este tipo perduren en el tiempo.

Es usual que este tipo de protestas locales, ancladas en el reclamo por la “inseguridad” y el pedido de “justicia”, tiendan a ser relativamente efímeras. Las mismas no persisten más allá de que queden algunas células con miembros más activos –frecuentemente, pertenecientes al colectivo de familiares de víctimas de inseguridad– que se van renovando y generan acciones de menor alcance. Entre otras cosas, porque aquello que los une es, sobre todo, el drama personal y un estado emocional generalizado. A ello se suman consignas demasiado amplias y difusas, construidas a partir de una prenoción sociológica (KESSLER, 2015) como es la “inseguridad” y un valor abstracto como el de “justicia”, ambos términos difíciles de traducir en acciones de políticas públicas concretas y en el corto plazo. Considérese, si no, la diferencia manifiesta de esas consignas más inasibles con otras como las de “aparición con vida” o “juicio y castigo a los responsables de las desapariciones y del Terrorismo de Estado”

que sostienen, desde hace tantas décadas, Madres y Abuelas de Plaza de Mayo en Argentina.

Para cerrar, queda recordar, trayendo a colación nuevamente las reflexiones de Dahlgren (2018), que el compromiso con la participación depende de las condiciones en que se encuentre cada cultura cívica, es decir, depende de aquellos recursos que son pre-requisitos de la participación, entre otros: conocimientos relevantes, valores democráticos, confianza en las instituciones o autopercepción en tanto actor político con poder para transformar.

Referencias

- ARCHENTI, N. Estudio de caso/s. In: MARRADI, A.; ARCHENTI, N.; PIOVANI, J. I. *Manual de metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2018. p. 291-303.
- BUSSO, M.; ECHECOPAR, C. #RosarioSangra en Facebook: un análisis enunciativo de la convocatoria a la movilización. *Revista Question*, v. 1, n. 63, p. 1-21, 2019. DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e180>
- CANETTI, E. *Masa y poder*. Barcelona: Muchnik, 1981.
- CARLÓN, M. Apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón. In: VIZER, E.; VIDALES, C. (coords.). *Comunicación, campo(s) teorías y problemas: una perspectiva Internacional*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones, 2016. p. 125-153.
- CARLÓN, M. Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. *Revista InMediaciones de la Comunicación*, v. 14, n. 1, p. 27-46, 2019. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2884>
- CASTRELO, V. La esfera pública habermasiana: su obsolescencia en tiempos de nuevas plataformas digitales. *InMediaciones de la Comunicación*, v. 13, n.1, p. 71-87, 2018. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2826>
- DAHLGREN, P. La participación en línea en la esfera pública: las ambigüedades del afecto. *InMediaciones de la Comunicación*, v. 13, n. 1, p. 25-47, 2018. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2824>

- DAYAN, D.; KATZ, E. *La historia en directo: la retransmisión televisiva de los acontecimientos*. México: Ediciones G. Gili, 1995.
- FERNÁNDEZ, J. L. *Plataformas mediáticas: elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires: Crujía, 2018a.
- FERNÁNDEZ, M. Un complejo salvaje: persistencias del espacio público en la era de las redes sociales. *In Mediaciones de la Comunicación*, v. 13, n. 1, p. 89-109, 2018b. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2827>
- FERNÁNDEZ PEDEMONTE, D. *La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales*. Buenos Aires: La Crujía, 2001.
- GALAR, S. Medios de comunicación, acción colectiva y redes sociales en las prácticas activistas de víctimas de la inseguridad en la provincia de Buenos Aires (2005-2015). In: FOCÁS, B.; RINCÓN, O. (eds.). *(In) seguridad, medios y miedos: una mirada desde las experiencias y las prácticas cotidianas en América Latina*. Bogotá: Ediciones ICESI y FES Comunicación, 2016. p. 67-86.
- GINDIN, I.; CASTRO ROJAS, S.; COIUTTI, N.; CARDOSO, A.; ROSTAGNO, J. Emoción en acción: el caso de #RosarioSangra en Twitter (Rosario, Argentina, 2016). *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, v. 43, n. 1, p. 48-69, 2019. DOI: 10.12795/Ambitos.2019.i43.03
- JELIN, E. Víctimas, familiares y ciudadanos/as: las luchas por la legitimidad de la palabra. *Cadernos Pagu*, n. 29, p. 37-60, 2007.
- KESSLER, G. *El sentimiento de inseguridad: sociología del temor al delito*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2015.
- LOTMAN, Y. *Cultura y explosión: lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- PITA, M. V. *Formas de vivir y formas de morir: el activismo contra la violencia policial*. Buenos Aires: Del Puerto; Centro de Estudios Legales y Sociales, 2010.

- RAIMONDO ANSELMINO, N. Apuntes sobre las intersecciones entre identidades individuales e identidades colectivas: un acercamiento al Archivo de Eliseo Verón. In: FERNÁNDEZ, M.; SÁNCHEZ, S. (eds.). *Mediatizaciones: territorios y segmentaciones*. Rosario: UNR Editora, 2019. p. 180-219.
- RAIMONDO ANSELMINO, N.; REVIGLIO, M. C.; DIVIANI, R. Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook? *Revista Mediterránea de Comunicación*, v. 7, n. 1, p. 211-229, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.12>
- RAIMONDO ANSELMINO, N.; REVIGLIO, M. C. Articulación entre regímenes de visibilidad de lo público-político en torno a #RosarioSangra: primeras reflexiones. Ponencia presentada en las *XII Jornadas de Sociología "Recorridos de una (in)disciplina. La Sociología a sesenta años de la fundación de la Carrera"*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 22 al 25 de agosto, 2017.
- RAIMONDO ANSELMINO, N.; REVIGLIO, M. V.; ECHECOPAR, C. #RosarioSangra en la prensa: análisis de la puesta en discurso de movilizaciones ciudadanas. *Revista Chilena de Semiótica*, n. 8, p. 25-47, 2018.
- REVIGLIO, M. C.; CASTRO ROJAS, Z. (en prensa). El dolor íntimo en la escena pública: discursos de familiares de víctimas de inseguridad. *Revista Question*.
- SCHAEFFER, J-M. *La imagen precaria*. Madrid: Cátedra, 1990.
- STEIMBERG, O.; TRAVERSA, O. De lo privado a lo público: acerca de un tránsito de la figuración del cuerpo en los medios. In: *Estilo de época y comunicación mediática*. Tomo I. Buenos Aires: Atuel, 1997. p. 109 -114.
- THOMPSON, J. La transformación de la visibilidad. In: *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- VALDETTARO, S. Fuego-Revolución-Tecnologías: la *masa* te pasa a buscar. In: CARLÓN, M.; FAUSTO NETO, A. (comps.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 155-172.

- VAN DIJCK, J. *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2016.
- VERÓN, E. *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa, 1987.
- VERÓN, E. Prefacio a la segunda edición. In: *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa, 1987. p. I-VII.
- VERÓN, E. Conversación sobre el futuro. In: *Espacios mentales: efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa, 2001. p. 127-138.
- VERÓN, E. La cacerola del diablo. In: *Efectos de agenda, 3*. Documento inédito, Archivo Verón, Universidad Nacional de las Artes, 2002.
- VERÓN, E. *Informe 2005: Primera parte: Cultura, democracia y desarrollo humano*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Documento inédito, Archivo Verón, Universidad Nacional de las Artes, 2005.
- VERÓN, E. *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Paidós: Buenos Aires, 2013.
- WOLF, M. *La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 1987.

A midiatização do movimento “Coletes Amarelos”: religião e política¹

The mediatization of the "Yellow Vest" movement: religion and politics

*Stefan Bratosin*²

*Mihaela Alexandra Tudor*³

RESUMO: Este trabalho se propõe abordar dimensões de resposta à seguinte questão: Como e por que a midiatização do movimento “Coletes Amarelos” é associada às referências políticas e religiosas no espaço público francês, que sempre tem desacreditado o amálgama entre religião e política (BRATOSIN; JAUFFRET, 2018)? A fim de responder a essa questão, a hipótese colocada à prova, aqui, é a de que o pensamento mítico-religioso religa ontologicamente a religião e a política como fundamento do espaço público (TUDOR et al., 2018), ao mesmo tempo que é pensamento manifesto em ações de afirmação e defesa de sua laicidade ou secularidade. Nesta perspectiva, a análise abrangerá um *corpus* de produtos midiáticos disponíveis publicamente entre outubro de 2018 e abril de 2019⁴. A devolução e explicitação de resultados estão organizadas em quatro partes: a) “Coletes Amarelos”: fundamentos políticos e religiosos; b) “Coletes Amarelos”: publicização da religião; c) “Coletes Amarelos”: espiritualização da política; d) “Coletes Amarelos”: midiatização do movimento.

1 A primeira versão desse estudo está disponível na obra "La médiatisation. Nouveaux défis pour les sciences et la société" (Paris: l'Harmattan, 2021).

2 Professor, IARSIC-CORHIS EA 7400, Université Paul Valéry de Montpellier 3, France. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4592-8964>. E-mail: sbratosin.univ.montp3@gmail.com.

3 Mestre de conferências. IARSIC-CORHIS EA 7400, Université Paul Valéry de Montpellier 3, France. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1458-8952>. E-mail: mihaela.tudor.com@gmail.com

4 O movimento conheceu, posteriormente, mudanças, mas a análise se refere a dados correspondentes até antes de maio de 2019.

PALAVRAS-CHAVE: Mídiação. Coletes Amarelos. Publicização da religião. Espiritualização da política. Mídiação do movimento.

ABSTRACT: The paper discusses dimensions of an answer to the following question: How and why is the mediatization of the “Yellow Vest” movement associated with political and religious references in the French public space, which has always been refractory to an amalgam between religion and politics (Bratosin & Jauffret, 2018)? In order to answer this question, the hypothesis tested here is that mythic-religious thinking ontologically reconnects religion and politics as a foundation of the public space (Tudor et al., 2018) and at the same time it is a thinking that affirms and defends its lay and secular character. From this perspective, the analysis will cover a corpus of media products publicly available between October 2018 and April 2019. The presentation of the results is organized in four parts: (a) “Yellow Vests”: political and religious foundations; (b) “Yellow Vests”: publicization of religion; (c) “Yellow Vests”: spiritualization of politics; (d) “Yellow Vests”: mediatization of the movement.

KEYWORDS: Mediatization. Yellow Vests. Publicization of religion. Spiritualization of politics. Mediatization of the movement.

1. Introdução: posições, abordagem e método

Aparecido no espaço público francês ao fim do ano de 2018, o movimento popular conhecido posteriormente pelo nome de *Gilets Jaunes* (Coletes Amarelos) – em razão de suas vestimentas amarelas que deram alta visibilidade como signo da aglutinação – foi objeto de uma mídiação acionada também através das mídias de massa e dos novos meios (redes sociais). A característica incrível e desconcertante da novidade do movimento *Gilets Jaunes*, transgeracional e transprofissional, é sua desvinculação de todos os partidos políticos, todos os sindicatos e todas as formas precedentes de organização dos movimentos sociais, que recusa a designação de chefes, desestabilizando, entre outros aspectos, as práticas jornalísticas, colocando em destaque muitos aspectos do funcionamento midiático antes menos visíveis. Entre essas características, consideramos a desinforma-

ção midiática, a subordinação das mídias aos poderes políticos e econômicos, a desconfiança massiva dos cidadãos perante as mídias do *mainstream*, mas também o pensamento mítico-religioso colocado em cena na abordagem da atualidade.

Este trabalho se propõe abordar dimensões de resposta à seguinte questão: Como e por que a midiáticação do movimento “Coletes Amarelos” é associada às referências políticas e religiosas no espaço público francês, que sempre tem desacreditado o amálgama entre religião e política (BRATOSIN; JAUFFRET, 2018)? A fim de responder a essa questão, a hipótese colocada à prova, aqui, é a de que o pensamento mítico-religioso religa ontologicamente a religião e a política como fundamento do espaço público (TUDOR et al., 2018), ao mesmo tempo que é pensamento manifesto em ações de afirmação e defesa de sua laicidade ou secularidade. Nesta perspectiva, a análise abrangerá um *corpus* de produtos midiáticos disponíveis publicamente entre outubro de 2018 e abril de 2019⁵. A devolução e explicitação de resultados estão organizadas em quatro partes: a) “Coletes Amarelos”: fundamentos políticos e religiosos; b) “Coletes Amarelos”: publicização da religião; c) “Coletes Amarelos”: espiritualização da política; d) “Coletes Amarelos”: midiáticação do movimento.

No que se refere à abordagem teórica, utilizamos a teoria da midiáticação (LIVINGSTONE, 2009; HEPP, 2012; DEACON; STANYER, 2014; BRATOSIN, 2016; KROTZ, 2017; BRATOSIN, GOMES; NETO, 2017; BRATOSIN, 2019). Mais precisamente, inscrevemos nosso trabalho numa compreensão, de uma parte, da midiáticação como programa de pesquisa que tem por base a integração das mídias na vida cotidiana, na trama ampliada dos meios e da sociedade, e na unificação dialética da multiplicidade dos mundos sociais compondo a sociedade, e, de outra parte, na esteira da escola de Marbourg, pelo viés das formas simbólicas (BRATOSIN, 2007; TUDOR, 2013). Quanto à metodologia empregada para abordar o *corpus* de artigos jornalísticos, imagens-fotos e vídeos escolhidos como representativos, publicados e difundidos pelos meios do *mainstream*, e do próprio movimento

5

O movimento conheceu, posteriormente, mudanças, mas a análise se refere a dados correspondentes até antes de maio de 2019.

– isso é, *pages* e grupos no Facebook –, utilizamos a análise do discurso (FAIRCLOUGH, 2010).

2. “Coletes Amarelos”: fundamentos políticos e religiosos

Mesmo que o discurso dos “Coletes Amarelos” rejeite vínculos com a política, as reivindicações – em seus conteúdos, formulação e implementação no espaço público – têm fortes fundamentos políticos. A vigilância dos “Coletes Amarelos” face às tentativas de cooptação política do movimento não apaga o engajamento político de origem de cada participante mobilizado. Essa situação goza, na análise, de uma certa estabilidade, pois os “Coletes Amarelos” não se apresentam, jamais, como alternativa política. Então, os fundamentos políticos dos “Coletes Amarelos” devem ser entendidos como resultantes de filiações políticas dos participantes.

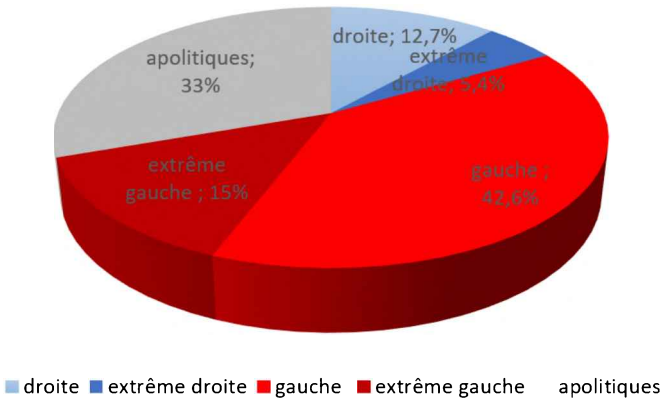
Nesse contexto, embora as aparências e as mídias tradicionais deem a acreditar que os “Coletes Amarelos” se inscrevem num movimento de extrema-direita, os estudos empíricos mostram que o movimento está ancorado muito na esquerda política:

[...] “Eles têm muito mais probabilidade de estar à esquerda, entre 1 e 3 em uma escala de 1 a 7 (44%), do que à direita, entre 5 e 7 na mesma escala (15%), e principalmente nas extremidades do eixo. Em geral, a super-representação da esquerda (gráfico 1) é óbvia” (Arsinée et al., 2019, p. 883). A variação sociológica desta sobrerrepresentação, feita por uma das melhores sínteses midiáticas desses estudos, retém que: “com 45 anos em média, eles [os “Coletes Amarelos”, nn] pertencem às classes trabalhadoras ou à pequena burguesia. A categoria de empregados está sobrerrepresentada: 33% dos participantes e 45% dos trabalhadores ativos presentes, enquanto eles são 27% da força de trabalho francesa. Os trabalhadores representam apenas 14% dos “Coletes Amarelos”. Artesãos, comerciantes e empresários também estão bem representados: 10,5%, e 14% dos trabalhadores ativos presentes, contra 6,5% da po-

pulação ocupada. Os executivos são poucos: apenas 5% dos participantes, 7% dos trabalhadores ativos presentes contra 18% a nível nacional. Os inativos representam um quarto dos participantes do movimento e a maioria deles são aposentados. Outra característica notável é a elevada proporção de mulheres, muitas vezes pertencentes à classe trabalhadora e tradicionalmente pouco mobilizadas politicamente. 25% de todos possuem diploma de ensino superior e 35% possuem BEP ou CAP. Famílias com renda modesta: abaixo da renda mediana em quase um terço. 33% dizem que são apolíticos, o resto está na extrema-esquerda (15%), extrema-direita (5,4%), esquerda (42,6%) e direita (12,7%). (Cf. <https://groupedhistoiresociale.com/2018/12/14/sociologie-des-gilets-jaunes-france-culture/>).

Gráfico 1. Vínculos políticos

GJ: rattachement politique



Fonte: <https://groupedhistoiresociale.com/2018/12/14/sociologie-des-gilets-jaunes-france-culture/?fbclid=IwAR1Z1ym6cLiaQzYW91sITpzYzmXl4nfnV4-nReCLgUrPRqXErdmnWmjU40>.

A representação política fortemente à esquerda e a configuração social dos “Coletes Amarelos” focalizada numa busca de solidariedade, vínculo e justiça social, como referência da economia, permitem-nos supor que, além das materialidades das reivindicações do movimento, há fundamentalmente um déficit nacional de projetos de socialização que alimenta também

descontentamentos em relação com necessidades imateriais vitais. Com efeito,

Até os anos cinquenta e sessenta do século XX, a França oferecia dois grandes projetos de socialização por meio da Igreja Católica e do Partido Comunista. Essas duas instituições ofereceram uma compreensão do mundo, uma razão de viver, uma imprensa, movimentos juvenis, lugares de compromisso e formação [...] No último terço do século XX, essas instituições perderam sua superfície social e não foram substituídas por nada, o que deixou as pessoas sozinhas, sozinhas diante de seu trabalho, sua sexualidade, seu consumo, suas telas (cf. <https://regardsprotestants.com/societe/gilets-jaunes-la-grille-de-religious-reading/>).

Nessa configuração, a hipótese de uma busca pela espiritualidade, ou seja, de uma ancoragem não só política, mas também religiosa do movimento dos “Coletes Amarelos” aparece como conjectura relevante especialmente se considerarmos as simbólicas religiosas de fraternidade, ritos, liturgias e mártires, convocados à ação comunicacional do movimento. Para testar essa hipótese de trabalho, vamos considerar aqui a midiaticização do movimento dos “Coletes Amarelos” através da cobertura da mídia em imagens.

3. “Coletes Amarelos”: a publicização da religião

Ignorada na mensagem explícita veiculada pelo discurso midiático sobre os “Coletes Amarelos”, a religião surge implicitamente no próprio conteúdo das notícias sobre o movimento. Normalmente, retirada do espaço público em nome de um secularismo marcado pela ambiguidade de seu significado e por uma separação conceitual entre o político e o religioso impossível de apreender no cotidiano da prática social (BRATOSIN; JAUFFRET, 2018), a religião encontra no movimento dos “Coletes Amarelos” um vetor de saída do espaço pessoal, do espaço íntimo que lhe foi

concedido legal e ideologicamente. As imagens “impostas” pelo movimento dos “Coletes Amarelos” participam por sua conta nas notícias de divulgação da religião. Por exemplo, a reunião de “Coletes Amarelos” em frente à igreja Sacré-Cœur em Paris e a implantação de um *banner* no topo deste edifício religioso (foto 1), cujo simbolismo espiritual transcende a história, ilustram uma religião popular que se remete ao centro das notícias mais intensas no espaço público francês. Essa forma de divulgar a religião após uma reapropriação secular de lugares sagrados, não para secularizá-los, mas para reativar seu significado espiritual em meio ao debate público, é uma dimensão forte do movimento. Em Marselha, os “Coletes Amarelos” foram para Notre-Dame de la Garde em homenagem aos seus feridos e, como sinal de piedade, acenderam velas (foto 2) sob os holofotes da imprensa de todo o mundo. Além disso, em Avignon, o famoso e simbólico Palais des Papes é associado aos “Coletes Amarelos” como movimento de midiatização da religião, como um lugar simbólico de debate público e cena de atualidade política (foto 3).

Foto 1. Publicização da religião. Igreja Sacré-Cœur



Fonte: Páginas do Facebook Gilets Jaunes Paris & Gilets Jaunes Officiel & capture d'écran Europe (Montage par Tudor & Bratosin).

Foto 2. Publicização da religião. Notre-Dame de la Garde



Fonte: Páginas Facebook Gilets Jaunes Paris & Gilets Jaunes Oficial & France 3 régions.

Foto 3. Publicização da religião



Fonte: páginas Facebook Union Gilets Jaunes 84.

Esse emaranhado de simbolismo, que traz o fato religioso e a questão religiosa de volta à praça pública francesa em conexão com os fatos tradicionalmente seculares, ao mesmo tempo que lhes dá o poder de participação como atores plenos na esfera pública, representa um efeito da midiáticação profunda característica de nossas sociedades. A midiáticação permite abertura e acesso a vários domínios da realidade. Como um fenômeno global, facilita a exposição e articulação de vários mundos sociais e a conexão com mundos novos, explicitamente descartados ou esquecidos, uma conexão que provavelmente não é possível fora da comunicação mediaticizada aumentada.

4. “Coletes Amarelos”: a espiritualização da política

Por outro lado, a religião encontra seu gosto histórico pela política. O movimento dos “Coletes Amarelos” é uma oportunidade imperdível para a religião espiritualizar a política. Assim, embora em condições usuais a expressão de fé em lugares públicos tenha recebido pouco apoio e até gerado certa hostilidade amplamente compartilhada, no contexto do movimento dos “Coletes Amarelos”, ela espiritualizou a ação política e reuniu uma simpatia particular que legitima o ato religioso na via pública. Na verdade, os padres vão se ajoelhar e rezar entre os “Coletes Amarelos” ou abençoar as ruas que se tornaram palco de reivindicações sociais, como a Champs-Élysées. Outros padres vestindo coletes amarelos sobre as batinas e brandindo a cruz no pescoço juntaram-se aos manifestantes nas rotatórias para “devolver a dignidade aos trabalhadores” (foto 4). Na mesma perspectiva, a política encontra nuances de espiritualidade quando as freiras se misturam à multidão de manifestantes e dançam, como em Avignon, com coletes amarelos ou quando, em meio às festas da natividade, os padres celebram missas de Natal em locais públicos onde são recolhidos coletes amarelos (foto 5).

A espiritualização da política acionada pelo movimento dos “Coletes Amarelos” não é apenas da ordem simbólica. Também é discursiva. Combinar a retórica bíblica e religiosa

com a retórica ideológica do movimento é outra forma de espiritualização da política em suas formas mais originais. Promover a mesma luta pelo “fim do mês” e “pelo fim do mundo” é uma das melhores ilustrações da espiritualização discursiva da política de reivindicações dos “Coletes Amarelos”, assim como a proclamação da fraternidade como único e último valor político dos franceses que deploram a perda da liberdade e da igualdade (foto 6).

Por fim, ainda no registro do discurso, a espiritualização da política ocorre no movimento dos “Coletes Amarelos” pela midiaticização de textos bíblicos – “Deus é amor” – ou pelo desvio *ad hoc* para fins políticos de certas frases com forte conotação religiosa no contexto das festas cristãs de final de ano, por exemplo, o significado do primeiro nome do presidente da República, Emmanuel – “Deus conosco” (foto 7).

Foto 4. Padres em uma manifestação de Coletes Amarelos



Fonte: Páginas Facebook Gilets Jaunes Paris & Gilets Jaunes Officiel & La Vie.

Foto 5. Manifestação de Coletes Amarelos e presença religiosa em Avignon e durante as festas de Natal



Fonte: Páginas Facebook Union Gilets Jaunes 84.

Foto 6. Espiritualização da política. Fim do mês e fim do mundo



Fonte: Páginas Facebook Gilets Jaunes Paris & Gilets Jaunes Officiel.

Foto 7. Espiritualização da política pelo discurso



Fonte: Páginas Facebook Gilets Jaunes Paris & Gilets Jaunes Officiel.

Colocar a política no molde espiritual é, portanto, estruturado pelas transformações que o metaprocesso de midiatisação trouxe ao espaço público francês, um espaço midiatisado que acolhe e cruza temas, sujeitos, simbolismo, discursividades “espiritualizando” a política e os movimentos de protesto e expressão cidadã.

5. “Coletes Amarelos”: midiatisação do movimento

A midiatisação da publicização do religioso, de um lado, e da espiritualização do político, do outro, no contexto do movimento dos “Coletes Amarelos”, se manifesta por três consequências cuja autorreflexividade, por sua vez, oferece índices visuais midiatisados. Assim, em primeiro lugar, a midiatisação do movimento dos “Coletes Amarelos” que articula a sua ancoragem política com o apego íntimo a uma simbólica, a uma tradição e a valores espirituais, tem como consequência o fato de o religioso voltar a ser público e oferecer, em certa

medida, um sentido para o conceito de sociedade pós-secular (HABERMAS, 2008). A presença protestante nos Champs-Élysées e nas redes sociais de apoio à mudança social ou a mobilização de “coletes amarelos católicos” (foto 8) mostram, para além das mensagens circunstanciais, uma emancipação do religioso que, sem abandonar o espaço íntimo como um lugar de retiro, se dá voz na esfera pública. Assim, a midiatização do movimento dos “Coletes Amarelos”, por induzir a publicização do religioso, exerce uma influência significativa no próprio sentido de reivindicações sociais. Mais exatamente, a emoção que produz a fusão da aglomeração de cidadãos traz a marca de um social que voltou a ser espiritual, um social em última análise transmutado da lógica discursiva em retórica religiosa. As reivindicações tornam-se queixas, as queixas são associadas à esperança – uma referência espiritual – e à esperança, a salvação da vida e o desprezo pelos bens materiais se opõem e o portador da cruz transmite os valores de uma “Marianne” penitente⁶ (foto 9).

Por fim, a midiatização do movimento dos “Coletes Amarelos” indica uma tendência que merece ser observada na esfera pública: o político está mais uma vez dessecularizado. De fato, quando o grande debate político armado pelo governo para atender às expectativas do movimento dos “Coletes Amarelos” acontece em igrejas – como, por exemplo, na paróquia de Belloy-sur-Somme perto de Amiens –, a dessecularização da política é eficaz (foto 10 e 11). A dessecularização da política, neste contexto, aparece ainda mais se considerarmos a declaração de Emmanuel Macron durante o debate com os intelectuais: “Jamais pediria a ninguém na República que acreditasse moderadamente ou não, eu faço, não me importo. Quero que todos possam acreditar livremente, que possam ser tão absolutos em sua fé quanto precisam para vivê-la. Mas peço-lhes que respeitem absolutamente todas as regras da República” (<https://www.franceculture.fr/politique/la-laicite-selon-emmanuel-macron>).

6 Marianne é uma figura feminina que simboliza a República Francesa. A imagem reaparece na proclamação da República Portuguesa e na efígie da nota de 100 reais no Brasil. Sua inspiração é a obra *A Liberdade guiando o Povo* de Eugène Delacroix.

Foto 8. Coletes Amarelos católicos

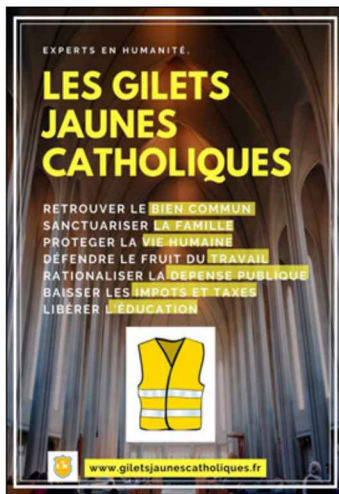
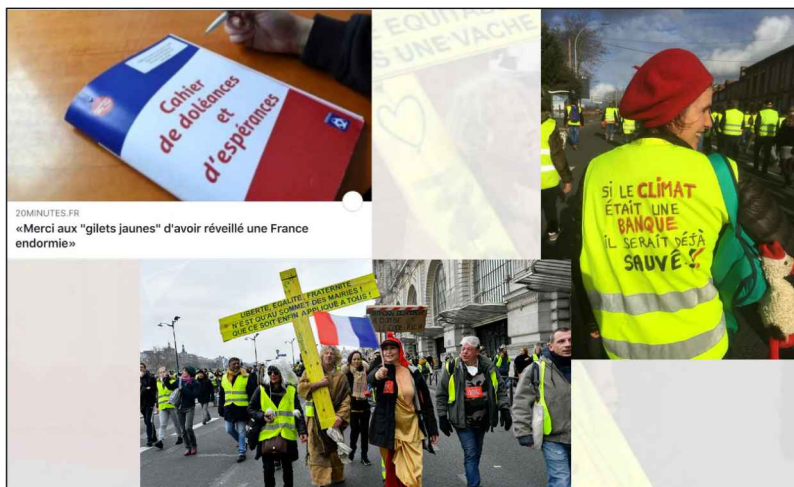


Foto 9. Mobilização de religiosos



Fonte: Páginas do Facebook Évangélicas do Bas-Rhin et Gilets Jaunes Catholiques.

Foto 10. Retórica social religiosa



Fonte: Páginas Facebook Gilets Jaunes Paris & Gilets Jaunes Officiel.

Foto 11. Política dessecularizada



Fonte: France3-regions.fr et franceculture.fr.

A midiatização do movimento pela mídia expressa um apagamento das fronteiras entre a esfera do privado, o lugar da religião no paradigma da sociedade francesa, e a esfera pública, o lugar da política nas representações políticas, midiáticas e cidadãos. A midiatização abre uma porta para a entrada da demanda pelo espiritual, narrativas que apelam a transcendências mais ou menos vinculadas a tradições religiosas institucionalizadas, mais ou menos purificadas dos traços e características clássicas da religião, por meio de vocabulários e elementos da linguagem sagrada.

6. Conclusões

Esta tentativa de responder à nossa pergunta inicial – como e por que a midiatização do movimento “Coletes Amarelos” articula referências políticas e religiosas em um espaço público que sempre denunciou o amálgama entre religião e política? – leva-nos à conclusão de que o sentido da midiatização do movimento dos “Coletes Amarelos”, considerando as suas raízes políticas e religiosas, é o de uma ponte, de lugares de passagem entre duas visões de mundo, entre o materialismo e o idealismo. Na midiatização do movimento dos “Coletes Amarelos”, a publicização da religião é, na verdade, a divulgação do

sofrimento humano e social. A religião aqui mediatizada é “o suspiro da criatura oprimida, a alma de um mundo sem coração, pois é o espírito das condições sociais das quais o espírito está excluído” (cf. Karl MARX, 1982, p. 381-382). Na mesma midiatização, a espiritualização da política corresponde à espiritualização do poder e da violência. A cobertura midiática da política no caso dos “Coletes Amarelos” é a de um mundo que a religião rejeita em termos absolutos: “Os primeiros cristãos sabiam [...] que o mundo era governado por demônios e que o indivíduo que se comprometeu com a política, isto é, com os meios do poder e da violência, celebrou um pacto com os poderes diabólicos” (WEBER, 1959, p. 191).

Referências

- ARSINEE, A.; BEDOCK, C.; BENDALI, Z.; DE RAYMOND, A. B.; BEURIER, A. G.; BLAVIER, P.; DONDEYNE, C. Enquêter in situ par questionnaire sur une mobilisation. *Revue française de science politique*, v. 69, n. 5, p. 869-892, 2019.
- BRATOSIN, S. *La concertation dans le paradigme du mythe*. Berlin: Peter Lang, 2007.
- BRATOSIN, S. La médialisation du religieux dans la théorie du post néo-protestantisme. *Social Compass*, v. 63, p. 405-420, 2016. doi:10.1177/0037768616652335.
- BRATOSIN, S.; GOMES, P. G.; NETO, F. A. (dirs.). Mediatization of religion and power. *Essachess. Journal for Communication Studies*, v. 10, n. 20, p. 5-203, 2017.
- BRATOSIN, S. ; JAUFFRET, M. Le mythe politique français de la laïcité: foi et sens politique. In: TUDOR, M-A.; CLITAN, Gheorghe; MARAT GRILO, M. (dirs.). *Politique et religion au défi de la communication numérique*. Paris: l'Harmattan, 2018. p. 41-55.
- BRATOSIN, S. Mediatization, post neo-Protestant spirit and affective capitalism. In: FERREIRA, J. et al. (dirs.). *Between what we say and what we think: where is mediatization?* Santa Maria: FACOS-UFSM, 2019. p. 181-208.

- DEACON, D.; STANYER, J. Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon?. *Media, Culture & Society*, v. 36, p. 1032-1044, 2014. <https://doi.org/10.1177/0163443714542218>
- FAIRCLOUGH, N. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman, 2010.
- FRANCE Culture. <https://www.franceculture.fr/politique/la-lai-cite-selon-emmanuel-macron>. Acessado em 30 abr. 2019.
- GROUPE d'histoire sociale. <https://groupedhistoiresociale.com/2018/12/14/sociologie-des-gilets-jaunes-france-culture/>. Acessado em 30 abr. 2019.
- HABERMAS, J. Qu'est-ce qu'une société « post-séculière » ? *Le Débat*, 5, 152, p. 4-15, 2008. doi: 10.3917/deba.152.0004
- HEPP, A. *Cultures of Mediatization*. London: Polity, 2012.
- KROTZ, Fr. Explaining the Mediatization Approach. *Jav.-The Publ. Journal of the European Institute for Communication and Culture*, v. 24, p. 103-118, 2017.
- LIVINGSTONE, S. On the mediation of everything. *Journal of Communication*, v. 59, n. 1, p. 1-18, 2009.
- MARX, K. *Pour une critique de la philosophie du droit de Hegel*. In: Œuvres. III. Philosophie. Paris: Editions Gallimard, 1982.
- REGARDS protestants. <https://regardsprotestants.com/societe/gilets-jaunes-la-grille-de-lecture-religieuse/>. Acessado em 30 abr. 2019.
- TUDOR, M. A. *Epistémologie de la communication: Science, sens et métaphore*. Paris: l'Harmattan, 2013.
- TUDOR, M-A.; CLITAN, Gheorge; GRILO-MARAT, M. (dirs). *Politique et religion au défi de la communication numérique*. Paris: l'Harmattan, 2018.
- WEBER, M. *Le savant et le politique*. Paris: Plon, 1959.

Vigiar os vigilantes: analítica da mediatização e da noticiabilidade

Surveillance of the watchmen: analytics of mediatization and newsworthiness

Ada C. Machado da Silveira¹

RESUMO: O texto dedica-se a abordar a perspectiva de mediação do universo profissional jornalístico-noticioso, circunscrito pela noção de noticiabilidade. A proposição de uma analítica da mediação e da noticiabilidade frente ao questionamento comunicacional da mediação jornalística permite estudar a pretensa centralidade da mídia nos processos de comunicação. A argumentação põe foco no esforço de avaliação da atividade noticiosa num cenário específico. Ele trata do desempoderamento de agentes institucionais de segurança pública, os quais reagiram colaborando para o fortalecimento de um agendamento político-policia-militar na cobertura da mídia de referência e das mídias sociais digitais. Do ponto de vista do incremento dos conteúdos noticiosos, o processo enfatiza a intervenção militar ocorrida na cidade do Rio de Janeiro em 2018 e, por fim, o retorno de militares ao governo do Estado brasileiro em 2019, observados como a face visível da crise institucional do regime de vigilância.

PALAVRAS-CHAVE: Mediação. Noticiabilidade. Jornalismo. Mídia. Comunicação. Segurança pública.

1 Professora Titular, membro do quadro permanente do PPG-Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do CNPq. Colaboradora do Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7554-2248>. E-mail: ada.silveira@ufsm.br

ABSTRACT: The text is dedicated to addressing the perspective on mediatization of the professional journalist-news universe, circumscribed by the notion of newsworthiness. The proposition of an analysis of mediatization and newsworthiness in the face of the communicational questioning of journalistic mediation allows us to study the alleged centrality of the media in the communication process. The argument focuses on the effort of evaluating news activity in a specific scenario. It deals with the disempowerment of institutional public security agents, who responded by collaborating to strengthen the political-police-military agenda in the coverage of the mainstream media and digital social media. From the point of view of the increase of news content the process emphasizes the military intervention that took place in the city of Rio de Janeiro in 2018 and, finally, the return of the military to the government of the Brazilian state in 2019, seen as the visible face of the institutional crisis of the surveillance regime.

KEYWORDS: Mediatization. Newsworthiness. Journalism. Media. Communication. Public security.

1. Introdução

O texto dedica-se a abordar a perspectiva de mediação do universo profissional jornalístico-noticioso, circunscrito pela noção de noticiabilidade. A proposição de uma analítica da mediação e da noticiabilidade frente ao questionamento comunicacional da mediação jornalística permite estudar a pretensa centralidade da mídia nos processos de comunicação.² Trata-se de um processo que catalisaria mudanças

2 O texto integra atividades do projeto conjunto de pesquisa intitulado “Mediação: inferências empíricas, epistemológicas e metodológicas da pesquisa de mídia no Brasil e na Suécia”, aprovado no Edital n. 19/2019 Programa CAPES/STINT, coordenado pela Unisinos e com participação da UFSM. Seu objetivo consiste no desenvolvimento de abordagens metodológicas e epistemológicas para a análise dos processos de mediação social. As perspectivas desenvolvidas na Suécia estiveram presentes no segundo Seminário Internacional Mediação e Processos Sociais, também realizado pela Unisinos com participação da UFSM, e estarão no quarto Seminário (em 2020). A interlocução, em especial, a perspectiva de Göran Bolin, nas relações que desenvolve entre as mutações dos usos sociais dos meios, narrativas e mediação, oportunizou o desenvolvimento do projeto de cooperação.

assumidas tanto no ambiente midiático como na comunicação em geral, a par de interferir na cultura e na sociedade (HEPP, 2014, p. 45).

Abordar o fenômeno da polarização da sociedade brasileira reclama atenção a aspectos de cisão social extremamente críticos para os quais compreende-se o concurso da atividade midiática como centralizadora de agentes diversos, instituídos e emergentes.

Ao aprofundar o estudo do desempoderamento de agentes institucionais de segurança pública na crise deflagrada na cidade do Rio de Janeiro no começo do ano de 2018, entendo que produziu-se o fortalecimento de uma agenda político-policial-militar para a cobertura da mídia de referência e das mídias sociais digitais como reação articulada por tais agentes.³ Entendo ainda que a força-tarefa organizada para operar a intervenção militar e realizar o controle civil da cidade do Rio de Janeiro no começo de 2018 buscou contar, em diversos sentidos, precisamente com o poder de proliferação de uma cultura da vigilância para levar a cabo os propósitos de dita intervenção em prol da segurança pública a partir do incremento da atividade midiática.⁴

O texto está organizado em três seções. Na primeira, abordo o cenário de midiaticização e a presença da noticiabilidade. Na segunda seção, abordo a crise comunicacional da mediação jornalística. Na terceira seção, as questões anteriores apon-tam para a tematização jornalística da intervenção militar no Rio de Janeiro como proposta de investigação em midiaticização e jornalismo.

2. Midiaticização e noticiabilidade

O espaço da noticiabilidade no mundo contemporâneo observa diversas abordagens. Na perspectiva de Jaap van Ginneken (1998, p. 15-16), “nós experienciamos o mundo através das

3 A cidade do Rio de Janeiro já fora alvo de ação localizada da Força Nacional no ano de 2007, momento em que se produziram coberturas sobre o retorno da presença militar nas favelas cariocas, imagens de amplo impacto simbólico (SILVEIRA, 2008).

4 Ações definidas pelo Departamento da Força Nacional de Segurança Pública ou Força Nacional de Segurança Pública (FN-SP).

lentes da ciência, da educação e da mídia [e] essa visão de mundo é constantemente fomentada pela mídia”.⁵ Essa perspectiva já havia sido avaliada por Niklas Luhmann (2000, p. 1): “Sempre que sabemos algo sobre nossa própria sociedade, ou ainda sobre o mundo no qual vivemos, nós sabemos através dos meios de comunicação de massa”. Articula-se, assim, uma perspectiva que observa a conexão entre atividade jornalística e identidade social. Essa conexão permite indagar acerca da legitimidade das informações disseminadas pela atividade jornalística que, com a midiáticação, deixam de situar-se numa compreensão que centraliza o processo noticioso no veículo jornalístico para colocá-lo como um produto em disputa de reconhecimento social de um universo permanentemente atualizado por outros produtos de mídia (aparentemente não jornalísticos) e processos que com ele concorrem.

A abordagem construída em termos de midiáticação relaciona-se igualmente com a perspectiva de Stig Hjarvard (2012), uma abordagem que surgiu como quadro teórico para refletir sobre a mídia em suas relações com a sociedade e a cultura. Teorizando a partir de sua localização nos países nórdicos, o autor aponta que, ao integrar-se nas rotinas de instituições e da vida social, a mídia compromete-se com o amplo domínio das interações sociais: “Por midiáticação da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica” (HJARVARD, 2012, p. 64).

David Deacon e James Stanyer (2014, p. 1-2) apontam o atual entendimento de midiáticação como conceito influente em mídia e estudos de comunicação, contrariando um uso anterior ligado ao imperialismo. Os autores entendem o amplo uso da noção de midiáticação como dirigido ao estudo sobre “como os processos causais são pensados, como as mudanças históricas são entendidas e como os conceitos são projetados”:⁶

5 No original: “*We primarily experience the world through the lenses of science, of education, of the media [and] this world-view is constantly nourished by the media.*”

6 Deacon e Stanyer (2014, p. 1-2) apontam aplicações em distintos processos, como política, guerra, religião, medicina, ciência, música, construção de identidade, saúde, infância, teatro, turismo, memória, mudança climática, formulação de políticas, desempenho, consumo, loucura, morte, relacionamentos íntimos, geografia e educação humanas. Não apontam, no entanto, aplicações detidas no estudo da própria mídia em sua atividade noticiosa.

Esse uso original descreveu processos de desempoderamento, enquanto a invocação mais recente descreve o acúmulo de poder criado pelo aumento da difusão e autonomia das instituições, valores e tecnologias da mídia. Em essência, esses fatores não medeiam mais o poder, eles o constituem, e é essa proposição que é usada para justificar a necessidade dessa nova denominação para substituir o antigo cavalo de batalha descritivo da ‘mediação’ (DEACON; STANYER, 2014, p. 2; tradução nossa).⁷

Em resposta a Deacon e Stanyer, os pesquisadores Hepp, Hjarvard e Lundby (2015) ponderam sobre o que entendem ser uma confusão entre o que pode ser denominado (numa tradução livre) de abordagens mídia-centradas, num entendimento holístico das forças sociais, e outras denominadas mídia-cêntricas, de perspectiva unilateral.⁸ Eles argumentam que a distinção não captura como a pesquisa em midiáticação lida com a complexa relação entre mudanças na mídia e na comunicação e mudanças em variados campos da cultura e da sociedade. Sua proposição é de que a midiáticação como conceito emergente pode ser concebida como pertencente a uma mudança paradigmática na pesquisa em mídia e comunicação.

A midiáticação coloca em xeque a dupla condição apontada por Hjarvard (2012, p. 68): “[...] ela intervém na interação humana em diversos contextos institucionais, ao mesmo tempo em que institucionaliza a mídia como uma entidade semiautônoma com sua lógica própria”. No caso brasileiro, é possível sustentar que a semiautonomia pretendida pela comunidade de

7 No original: “*This original usage described processes of disempowerment, whereas the more recent invocation describes the accrual of power created by the increased pervasiveness and autonomy of media institutions, values and technologies. In essence, these factors no longer mediate power, they constitute it, and it is this proposition that is used to justify the need for this new nominalization to replace the old descriptive workhorse of ‘mediation’.*”

8 “*Following Livingstone (2010), we find it important to distinguish between being ‘media-centric’ and ‘media-centered’. Being ‘media-centric’ is a one-sided approach to understanding the interplay between media, communications, culture, and society, whereas being ‘media-centered’ involves a holistic understanding of the various intersecting social forces at work at the same time as we allow ourselves to have a particular perspective and emphasis on the role of the media in these processes*” (HEPP; HJARVARD; LUNDBY, 2015, p. 316).

pesquisadores de jornalismo necessita enfrentar o que denomino de crise comunicacional da mediação jornalística. Assim, quando os pesquisadores suecos e escandinavos fazem referência à mídia, buscam focalizar a atividade jornalística no seio dos processos midiáticos. Já quando aponto a crise da mediação jornalística, busco assinalar a passagem de uma perspectiva “mídia-cêntrica” (dotada de agrupamentos ou partes ao redor de um mesmo centro) para a emergência de uma concepção “mídia-centrada” (HEPPP; HJARVARD; LUNDBY, 2015). Obviamente estes apontamentos são próprios de um período pré-difusão dos fenômenos de vazamento: *WikiLeaks* e, especialmente, *The Intercept Brasil*.

A menção de Hjarvard (2012) à condição independente cultivada pelos meios de comunicação em certo período histórico e em determinados contextos requer ponderações. No Brasil, a prevalência de oligopólios de mídia definiu a estruturação da atividade em grupos multimídia desde o aparecimento das empresas e que, com a convergência digital, tiveram sua ação incrementada profundamente por um viés editorial próprio a cada grupo, congregando a ação editorial anterior de jornais, revistas, emissoras de rádio e de TV. Não foi, portanto, a convergência digital que trouxe desafios à atividade noticiosa. No caso brasileiro, foi antes a proliferação de redes sociais digitais e novos modelos de negócio (se assim podem ser chamados os produtores de memes e notícias falsas) que aprofundou o questionamento da mediação jornalística em audiências cansadas de posturas hierarquizantes da vida política e, especialmente, social e religiosa, num Brasil diverso e fragmentado.

Assim, quero apontar que a noticiabilidade construída pelos oligopólios de mídia, a par de sua ação hierarquizante sobre os grupos regionais e empresas de irradiação local, ocupa-se especialmente de registrar acontecimentos selecionados em termos de violência e medo da vida na cidade (VAZ et al., 2005; VAZ; CARDOSO; FELIX, 2012), no campo e nas fronteiras (SILVEIRA; GUIMARÃES, 2016). Faz-se notar a perspectiva colonial que construiu um imaginário em que a costa litorânea se apresenta idílica para a exploração de estrangeiros, dado que dificilmente praias e portos são tematizados como agenda noticiosa. Mesmo com os desastres ambientais do presente, responsáveis

pela contaminação por detritos minerais e petróleo, a cobertura noticiosa não tem sido capaz de reverter tal silenciamento.

Por outro lado, pesquisadores brasileiros ocupados do debate em Teoria da Comunicação entendem que a emergência do cenário da comunicação compartilhada supõe a superação do paradigma informacional em favor do paradigma interacional (FRANÇA, 2003). A comunicação em rede, ao estabelecer um novo paradigma, exige desnudar a modernização de práticas de comunicação linear. Neste contexto, entende-se que a noção de blindagem assume sentidos densamente ideológicos ao promover a noticiabilidade de acontecimentos que congregam uma grande capacidade de síntese. Entendo que a noticiabilidade agiria, assim, buscando resumir o espírito de um momento, naquilo que Rodrigo Alsina (2009) apontou como fusão do universal e do particular no jornalismo, transformando o acontecimento em símbolo.

O embate de forças comunicacionais emergentes ou instigadas confronta-se com uma materialidade simbólica impregnada da ordem normalizadora do projeto midiático hegemônico, centrado em mídias profissionais. Este é um cenário que apresenta desafios de análise. Um deles é apontado frente à insuficiência das definições sobre critérios de noticiabilidade (FRANCISCATO, 2014; SILVA, 2005), dado o destaque à abordagem de valores-notícia tomada como estruturante no debate. Conforme Traquina, “valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável” (TRAQUINA, 2000, p. 63).⁹

Afrontar um programa de investigação estabelecido em torno da mediação jornalística enquanto atividade organizada e submetida a regras específicas permite uma via de entrada nos estudos de midiatização bastante recente. A atividade jornalística reconhece um cenário de crise quanto a seus valores

9 Recorrendo a Wolf, tem-se que ele reitera a primazia da noção de valores-notícia tão cara ao ambiente acadêmico norte-americano: “Definida a noticiabilidade como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias, podemos definir os valores/notícia (news values) como uma componente da noticiabilidade” (WOLF, 2001, p. 195).

canônicos que, ademais, faculta o questionamento da competência e legitimidade comunicacional. O cenário de crise define-se especialmente pela mobilização dos veículos jornalísticos quando afetados pela irradiação das mídias sociais, promotoras de práticas colaborativas e des-hierarquizadas (DEUZE; WITSCHGE, 2013). Trata-se, portanto, de processos oriundos da franca adesão da mediação jornalística, concebida como sistema autor-regulado, à midiatização.

3. A crise comunicacional da mediação jornalística

A crise pode ser tomada a partir da dispersão do poder jornalístico de noticiar a realidade frente à emergência das mídias sociais. Proximidades, localismo, amadorismo, não profissionalismo passaram a ser tomados como atrativos que desestimam o profissionalismo jornalístico. Paulatinamente, atividades calcadas em alicerces frágeis passaram a ser incorporadas na cobertura jornalística, estruturando-se uma metacobertura incorporadora de atividades profissionais rigidamente regulamentadas, amparadas em conteúdos de produção popular que legitimam através de conteúdos flagrados *in loco* e ofertados espontaneamente.

As transformações na atividade de produção/circulação de notícias proporcionam articular a tradição institucionalista da midiatização (ocupada das mídias profissionais) para outra de caráter socialmente construído (ocupada das mídias sociais) (HEPP, 2014). Observando-se o consumo brasileiro de notícias, tem-se que o fenômeno de emergência de um novo grupo social proporcionou uma guinada na visibilidade de parcela significativa da população brasileira. A identidade social dos habitantes de espaços periféricos passou a ser exibida não por suas redes de apoio, reciprocidade e solidariedade, mas pela capacidade de consumo da “nova classe média”. A presença da periferia nas revistas semanais foi, assim, uma inovação noticiosa, ao buscarem expressar a incorporação de uma pauta social que estava provocando novas formas de convívio no Brasil. A inovação jornalística indicava que estava se provando o esgotamento da ordem da noticiabilidade, suas lógicas ocultas e suas lógicas

explícitas. A atividade da mídia de referência, com seu poder hierarquizador do sistema noticioso, termina por incidir diretamente naquilo que os estudos de jornalismo consagraram como valores-notícia, agenda noticiosa e rotinas produtivas.

A convergência digital e, no caso brasileiro, a noticiabilidade estruturada em oligopólios de mídia determinam um impacto na manutenção de regras, normas e práticas compartilhadas com base no exercício profissional estruturado em mais de um século de atividade noticiosa. Tomando-se o prisma organizacional, o qual se define como mediação jornalística, faz-se pertinente estudar sua permanente reconstrução (veja-se, a propósito, PALLAS; FREDRIKSSON, 2013).

Buscando apreender o fenômeno noticioso por vias descoloniais, afirma-se a noção de noticiabilidade, resultante da compreensão de uma ordem noticiosa que reproduz a percepção de uma dada ordem social. Foi assim que, em determinado momento, as mudanças de uma sociedade em crescimento econômico passaram a animar o relato noticioso de novas relações sociais. O debate sobre a noticiabilidade e a exclusão social, com a pertinente recuperação das noções de classe e de representação, permitiu expor a emergência de novas perspectivas noticiosas. O fenômeno de atualização da noticiabilidade sobre a periferia a partir do aumento de seu poder aquisitivo fornece subsídios para a compreensão de uma problemática mais ampla: a complexidade que envolve a produção social de sentido em tempos de sociedade midiatizada que tem no consumo um de seus definidores primordiais.¹⁰

A aparição das redes sociais formula um profundo questionamento ao trabalho jornalístico. Muitos coletivos, como são denominados os grupos militantes em movimentos sociais, vêm vetando a colaboração com a atividade jornalística profissional. No entanto, as ameaças externas ao jornalismo datam de muito tempo. A emergência do cenário da comunicação compartilhada supõe o reconhecimento da superação do paradigma informacional em favor do paradigma interacional. Ao estudar as ori-

10 A perspectiva é desenvolvida pelo grupo de pesquisa “Comunicação, identidade e fronteiras” (CIFront – CNPq), que tem publicado um conjunto de trabalhos ocupados de tal perspectiva (HARTMANN; SILVEIRA, 2018; SILVEIRA; GUIMARÃES, 2016; SILVEIRA; GUIMARÃES; SCHWARTZ, 2017).

gens da atividade jornalística, identifica-se o jornalismo literário e sua deontologia impregnada dos valores da modernidade. Em oposição a ele, destaca-se um jornalismo empresarial imbuído dos valores de um mercado internacional de bens e serviços, a globalização. Na esteira disso, surge o jornalismo colaborativo, promovendo novas bases para a credibilidade jornalística. Se de parte da sociedade observa-se o questionamento comunicacional da mediação jornalística, de parte da corporação observa-se o inverso, ou seja, o esgotamento da abordagem comunicacional por parte de um jornalismo acostumado à centralidade do meio profissional na cadeia comunicativa.

A mídia era vista como instituição independente e tal valor era profundamente caro ao jornalismo, sua fonte de legitimidade social. Com a midiatização, no entanto, instituições e modos de interação se alteram ao perceber-se a crescente influência dos meios de comunicação (HJARVARD, 2012, p. 65). O jornalismo não pode ser concebido fora de tal escopo, ainda que a comunidade brasileira de pesquisa de jornalismo tenha aprofundado uma perspectiva que o toma emancipado de processos comunicacionais mais amplos. Esta é uma postura que se opõe a preceitos de outras comunidades de pesquisadores, como os investigadores suecos que assinalam que a pesquisa em midiatização propõe uma agenda aberta, na qual as tarefas transdisciplinares e transparadigmáticas se perfilam. Eles apontam a premência de estudar aspectos de historicidade, especificidade e mensurabilidade como agenda de pesquisa (EKSTROM et al., 2016).

Na esteira das considerações anteriores, registro apontamentos introdutórios sobre o desenvolvimento de uma agenda de pesquisa em midiatização e jornalismo considerando, num primeiro momento, aspectos da historicidade dos processos.

4. A investigação em midiatização e jornalismo

Adotando a perspectiva esboçada por Hepp, Hjarvard e Lundby (2015) e tomando o propósito de estudar como “as mudanças históricas são entendidas”, o presente texto busca assinalar alguns aspectos marcadores da transformação por que

passa o jornalismo brasileiro nos últimos 25 anos de estabilização econômica (1994-2019) a partir da atuação e impacto da mídia de referência. Desde este ponto de vista, entendo que se faz procedente a abordagem da midiatisação para o estudo da mídia em si, enquanto atividade profissional, e que, neste sentido, engloba aspectos do que denomino de incidência da midiatisação na noticiabilidade.

A mudança histórica que a midiatisação da noticiabilidade no Brasil traz é profunda e ampla. Nunca antes conheceu-se uma difusão tão imediata e célere de acontecimentos em perspectiva polarizada.¹¹

O período imediatamente anterior a tal fenômeno requer considerar a emergência de um novo grupo social que proporcionou uma guinada no tema da visibilidade de parcela significativa da população brasileira.

Em determinado momento, definido pela agenda governamental implementada pelo Partido dos Trabalhadores, as mudanças de uma sociedade em crescimento econômico passaram a animar o relato noticioso de novas relações sociais.

Análises detidas no período entre 1994 e 2019, portanto, 25 anos, demonstram que a periferia, de um lado, vai progressivamente ganhando protagonismo como merecedora de conteúdos noticiosos e de tratamentos não estigmatizantes e, por outro, evidencia-se a situação em que emerge o viés político-policial-militar de trato noticioso dos acontecimentos sociais, estabelecido com o impedimento da presidente Dilma Rousseff.

Em termos de noticiabilidade, a relação das práticas noticiosas com a periferia guarda aspectos que demarcam profundamente uma percepção autoritária e elitista da vida social por parte da mídia. Analiso aspectos da cobertura da política de segurança pública, tomada como exemplar quanto à perspectiva de classe que observa a mídia de referência, orientadora de práticas de oligopólios.

11 Buscando antecedentes no tema, a obra de Renée A. Dreifuss (2015) registra um estudo empírico que documentou com riqueza de detalhes as mobilizações que deram espaço à intervenção militar em 1964, para a conquista do Estado brasileiro e que permaneceu 20 anos no poder, nas quais atividades atualmente denominadas midiáticas tiveram espetacular protagonismo.

É factível considerar o período 1994-2019 como de clara articulação de forças policiais e militares com vistas a conter atividades consideradas ameaçadoras à paz social. Brevemente, destaco as duas intervenções autorizadas para que a Força Nacional fosse convocada a controlar atividades, a de 2007 e a de 2018, a par de atuações em outros Estados da Federação. São momentos de expansão da mediatização na produção de notícias em que se observou a Força Nacional protagonizando intervenções na cidade do Rio de Janeiro e consagrando uma perspectiva ao mesmo tempo política, policial e militar de trato dos acontecimentos.

A pergunta que cabe é se a intensificação da agenda político-policial-militar na cobertura da mídia de referência e das mídias sociais digitais estava orientada pelo que Göran Bollin e Anne Jersley (2018) destacaram de Andrejevic quando este apontou a “aclimatação da vigilância” (*surveillance acclimatization*). Sua chamada para o dossiê sobre “vigilância através da mídia, pela mídia e na mídia” apontou para condições diversas.¹² A lógica própria aí sustentada permite interpretar que, no caso específico da mídia brasileira, a mesma opera para fortalecer-se como agente dileto do regime de vigilância.¹³

Retornando às preocupações sobre as ações dos imperialismos, evocadas por Deacon e Stanyer (2014) e destacadas no começo do presente texto, David Spurr (2013) dedicou-se a reconhecer a presença do discurso colonial no jornalismo, com particular atenção aos processos de vigilância. Ele destaca o pós-colonial por duas condições, sendo a segunda um projeto intelectual e condição transcultural que, junto com certas possibilidades, envolve uma “crise de identidade e de representação” (SPURR, 2013, p. 25). Entendo que os desdobramentos da crise referida recém começam a ser percebidos e suas consequências podem explicar a popularidade de conteúdos de origem não profissional, especialmente as notícias falsas.

12 No original: “*Surveillance through media, by media, in media*”.

13 Através da leitura de Michel Foucault (2008) começamos a atentar para a tríade problemática que envolve segurança, território e população, aspectos presentes em parte expressiva de nossas investigações, notadamente aquelas realizadas sobre as pretensões panópticas analisadas nas revistas semanais brasileiras (DALMOLIN; SILVEIRA, 2016; SILVEIRA; GUIMARÃES; DALMOLIN, 2013).

É em tal contexto instável que se estabelece a renovação da noticiabilidade, e ela permite perceber a transição na atividade noticiosa de uma tradição institucionalista para outra de caráter socialmente construído. Profundamente abaladas pela revolução participativa implementada pelas mídias sociais digitais, as quais derrubaram a legitimidade de cânones consagrados de produção de notícias, as organizações reiteram as competências do jornalismo profissional frente às improvisadas agências de *fake news*.

Buscando historicizar o processo, considero que é possível conceber que a perspectiva institucionalista de midiaticização na agenda noticiosa é claramente perceptível até o incremento do poder de consumo no Brasil. Tal momento, no entanto, conheceu a progressiva autonomização das atividades de produção de conteúdo noticioso por agentes não profissionais de mídia que passaram a rivalizar com os profissionais na disputa de consumidores. Os novos agentes atuantes tanto na produção como na proliferação de conteúdos noticiosos podem ser compreendidos como atores protagonistas da construção social na midiaticização. Assim, no Brasil, o fenômeno de proliferação das TICs e suas competências, que teve em outras partes do mundo consequências em termos de democratização do acesso a conteúdos noticiosos, ganhou contornos próprios que busco indicar sucintamente no presente texto.

Plasma-se o embate entre a força centrífuga da mídia de proximidade, representada especialmente por mídias sociais (a circulação privada de grupos de WhatsApp, especialmente), questionadora da presença centrípeta da mídia de referência nacional. A mídia de referência, ameaçada em sua autonomia e pervasividade pela proliferação das mídias sociais, considerou que o fenômeno das notícias falsas seria o marcador de tal processo.

O entrelugar que marca as experiências do que denominamos “jornalismo de periferia” estabelece uma prática instalada num estar entre a ambivalência e a liminaridade. Sua ambivalência explica-se ao tratar de construir discursivamente aquilo que socialmente está reconhecido de forma prévia como representação de identidade. Já a liminaridade de dito jornalismo de periferia aborda a passagem realizada frente à escas-

sez de recursos que tais propostas possuem. Uma empreitada de construção de um entrelugar realizada respeitando cânones consagrados pela atividade jornalística instituída por rotinas produtivas, instaurando uma zona transitória que busca articular as margens que bordeiam a sociedade urbana brasileira.

Dessa forma, indagamos até que ponto é possível dentro das estruturas vinculadas à mídia de referência incorporar o periférico. Entendo que sua atividade opera de maneira superficial e apenas amparada nas figuras de prestígio midiático e apelo popular de personalidades conhecidas. Busco, assim, contrastar a cobertura jornalística sobre as periferias nacionais e metropolitanas realizada pela mídia nacional com a mídia local.

No transcurso de nossas investigações, observamos como essa memória marca pelo mesmo estilo comunicativo os repórteres de periferia ou as imagens veiculadas do Outro noticiado quando apontam para o compartilhamento de experiências e para a representação da periferia mediada, num estilo baseado no pertencimento ao imaginário do território e à periferia midiaticizada, que, não obstante suas particularidades, é aglutinada como se fora uma só.

5. Considerações finais: em torno do agendamento político-policial-militar

Ao refletir e argumentar sobre as implicações comunicacionais resultantes do tensionamento da mediação jornalística face à midiaticização, abordam-se os constrangimentos apostos ao desenvolvimento da noticiabilidade frente à sociedade midiaticizada. Estudar os argumentos teóricos pertinentes à concepção do jornalismo como disciplina autônoma frente ao campo da comunicação em tempos de sociedade midiaticizada se eleva como desafio. Em paralelo, estudar os constrangimentos apostos ao desenvolvimento da noticiabilidade decorrentes do discurso colonial supõe abordar a atividade jornalística por uma via inovadora. E avaliar aspectos atinentes às relações de poder e à ascendência da mídia de referência na comunicação de proxi-

midade envolve uma dimensão complementar ao tema. Trata-se de um programa de investigação que requer conhecer os argumentos pertinentes à condição midiática da atividade jornalística e a pertinência de seu enquadramento no campo disciplinar da comunicação no Brasil.

A proposição de uma analítica da midiatização é definida sucintamente em três aspectos entendidos como renovadores da noticiabilidade: (a) as narrativas atualizadoras da nova classe média; (b) a atividade da mídia impressa ao reconhecer a visibilidade da periferia; e (c) o jornalismo como disciplinador do trato das relações sociais.

Da perspectiva empírica, muitas questões merecem atenção, tendo em vista a centralidade da mídia evocada em tais processos. A força-tarefa organizada para realizar a intervenção militar e realizar o controle civil da cidade do Rio de Janeiro no ano de 2018 buscou contar, em diversos sentidos, precisamente com o poder de proliferação de uma cultura da vigilância para levar a cabo os propósitos de dita intervenção em favor da segurança pública. O desempoderamento de agentes institucionais de segurança pública numa crise deflagrada localmente fortaleceu o agendamento político-policial-militar na cobertura jornalística, propósito que já vinha sendo alimentado há tempo, conforme observou-se nos 25 anos de revistas semanais estudados. A par de tal processo, uma crise na mediação jornalística produziu seu deslocamento para uma condição satelital entre distintos processos comunicacionais. A pretendida busca de relação colaborativa da mídia de referência com as mídias sociais digitais buscou reverter em ganho político a proliferação da cultura de vigilância, em ampla proliferação frente ao ambiente de violência e medo disseminado nos noticiários. Temos aí um conjunto de forças que se mostrou, por fim, favorecedor do retorno dos militares à presidência da República do Brasil em 2019.

Entendendo que, no processo histórico dos últimos 25 anos, permitiu-se o salto do consumo de notícias da atividade profissional (abordagem institucional da midiatização) para a forte atuação em mídias sociais digitais (abordagem socioconstrutivista da midiatização), a polarização da sociedade brasileira em prol de um impacto conservador e autoritário é uma das

consequências perceptíveis. A analítica da midiaticização e da noticiabilidade aqui rascunhada poderá permitir entender que o questionamento comunicacional da mediação jornalística congrega o desempoderamento político de agentes institucionais de segurança pública.

Uma análise que ponha foco no desempoderamento político de agentes institucionais de segurança pública, tomados como fortes colaboradores no fortalecimento da agenda político-policial-militar na cobertura da mídia de referência e das mídias sociais digitais, requer especificidades próprias ao contexto comunicacional e jornalístico brasileiro. Do ponto de vista dos conteúdos, o acontecimento enfatiza a intervenção militar ocorrida em 2018.

Nas duas situações, a presença militarizada nas ruas foi evocada pelas autoridades como capaz de produzir uma “sensação de segurança para a população” com a esperada colaboração midiática. Essa foi uma prática ostensiva de exposição de vigilantes profissionais, treinados para combater inimigos. Neste aspecto, muitos evocaram que a vigilância de compatriotas não corresponde à finalidade constitucional das Forças Armadas. De outra forma, o retorno de militares ao controle do Estado pode ser compreendido como a face visível da crise institucional do regime de vigilância. Do ponto de vista dos processos, o mesmo acontecimento determina indagar: o que se ganhou com a propaganda da atividade militar na metrópole do Rio Janeiro, símbolo mundial da nacionalidade brasileira? Ainda se buscam argumentos para a questão, e o acontecimento da intervenção traz fortes indagações sobre seus nexos causais.

A realização da Copa Mundial de Futebol em 2014 e das Olimpíadas em 2016 se deu em clima de absoluta segurança, aspecto referendado pela cobertura midiática internacional. Que se passou no transcurso de um ano? Que acontecimentos tão graves reclamaram o retorno da Força Nacional à cidade para uma longa e ampla ação de onze meses? Tais questões reclamam esclarecimentos que, no entanto, não foram prestados pelas autoridades responsáveis, com a conivência de instituições democráticas com mandato legitimado nas urnas.

Referências

- BOLIN, G.; JERSLEY, A. Editorial. Surveillance through media, by media, in media. *Northern Lights*, Bristol, v. 16, 2018. Disponível em: <https://www.intellectbooks.com/northern-lights-film-media-studies-yearbook>. Acesso em: 10 abr. 2019.
- DALMOLIN, A. R.; SILVEIRA, A. C. M. Um abismo vigiado: segurança e soberania no discurso jornalístico televisual sobre fronteiras na Amazônia. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, Livingstone, v. 5, p. 2941, 2016.
- DEACON, D.; STANYER, J. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture & Society*, London, 8 ago. 2014. DOI: 10.1177/0163443714542218
- DEUZE, M.; WITSCHGE, T. Além, do jornalismo. *Leituras do Jornalismo*, Bauru, v. 2, n. 4, jan.-jul. 2015. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/ojs/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/74>). Acesso em: 02 ago. 2015.
- DREIFUSS, R. A. Ação de classe e elite orgânica. In: MARQUES MELO, José; FERNANDES, Guilherme M. *Pensamento comunicacional brasileiro: O legado das Ciências Humanas – cultura e poder*. São Paulo: Paulus, 2015. v. 2, p. 471-486.
- EKSTROM, M.; FORNAS, J.; JANSSON, A.; JERSLEV, A. Three tasks for mediatization research: contributions to an open agenda. *Media, Culture & Society*, London, v. 38, n. 7, p. 1090-1108, 2016. Disponível em: Portal da CAPES. Acesso em: 10 jan. 2020.
- FOUCAULT, M. *Segurança, território, população*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FRANÇA, V. L. Quéré: Dos modelos da comunicação. *Fronteiras – Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. V, n. 2, p. 37-51, 2003.
- FRANCISCATO, C. E. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre a noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (org.). *Critérios de noticiabilidade - Problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014. v. 1, p. 85-113. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_713.pdf. Acesso em: 02 jul. 2014.

- GANS, H. *Deciding what's news*. New York: Vintage Books, 1980.
- GINNEKEN, J. van. *Understanding global news*. London: Sage, 1998.
- HARTMANN, C.; SILVEIRA, A. C. M. Convertendo a exclusão social em notícia: a visibilidade da periferia em capas de revista. In: MENDONÇA, Carlos M. C. et al. (org.). *Mobilidade, espacialidades e alteridades*. Salvador/Brasília, EdUFBA/Compós, 2018. v. 1, p. 201-220. Ebook.
- HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiáticos: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p45-64>. Acesso em: 10 out. 2015.
- HEPP, A.; HJARVARD, S.; LUNDBY, K. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, London, v. 37, n. 2, p. 314-324, 2015. Disponível em: Portal da CAPES. Acesso em: 10 jan. 2020.
- HJARVARD, S. Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultura. *MATRIZES*, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012.
- LUHMANN, N. *The reality of mass media*. London: Polity Press, 2000.
- PALLAS, J.; FREDRIKSSON, M. Corporate media work and micro-dynamics of mediatization. *European Journal of Communication*, v. 28, n. 4, p. 420-435, 2013. Disponível em: Portal da CAPES. Acesso em: 10 jan. 2020.
- RODRIGO, A. M. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.
- SILVEIRA, A. C. M. Brasil, mostra tua cara. Ambivalência entre fronteiras e favelas: reconstrução sócio-semiótica na cobertura jornalística de periferias. *Comunicação e Espaço Público*, Brasília, v. XI, s. p., 2008.
- SILVEIRA, A. C. M.; GUIMARÃES, I. P.; DALMOLIN, A. R. Um outro olhar sobre as periferias: a cobertura jornalística de revistas semanais brasileiras frente à emergências das

- práticas colaborativas na rede. *Revista EcoPós*, Rio de Janeiro, v. 16, p. 84-97, 2013.
- SILVEIRA, A. C. M.; GUIMARÃES, I. P. (org.). *Conexões (trans)fronteiras: mídia, noticiabilidade e ambivalência*. Foz do Iguaçu: EdUnila, 2016. Ebook.
- SILVEIRA, A. C. M.; GUIMARÃES, I. P.; SCHWARTZ, C. *Jornalismo na linha de fogo: coberturas em segurança pública*. Porto Alegre: Homo Plasticus, 2017.
- SPURR D. *La retórica del Imperio: el discurso colonial en periodismo, escritura de viajes y administración imperial*. Santiago: Universidad Alberto Hurtado, 2013.
- TRAQUINA, N. *O poder do jornalismo – análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000.
- VAZ, P.; CARVALHO, C. S.; POMBO, M. F.; JULIAO, L. Pobreza e risco: a imagem da favela no noticiário do crime. *Fronteiras*, São Leopoldo, v. 7, n. 2, p. 95-103, 2005.
- VAZ, P.; CARDOSO, J. M.; FELIX, C. B. Risco, sofrimento e vítima virtual: a política do medo nas narrativas jornalísticas contemporâneas, *Contracampo*, Niterói, ed. 25, p. 24-42, 2012.
- WOLF, M. *Teorias da comunicação*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

A imagem em circulação: estilhaçando o olhar e a memória

Image in circulation: shattering of the gaze and memory

Ana Paula da Rosa

RESUMO: Este trabalho adota como ponto de partida que as imagens midiáticas carregam imagens anteriores, frutos de discursos e temporalidades outras, mas que se presentificam como sombras em nossas produções atuais. A partir desta consideração, este artigo se propõe a analisar duas dinâmicas de conflito, entendidas aqui como dinâmicas de mediação, que são bastante distintas em termos de processualidades e lógicas, mas que envolvem elementos comuns: a) imagens midiáticas e imaginários; b) ampla circulação; c) atores sociais e instituições midiáticas e, por fim, d) lógicas de agenciamento da imagem em termos de controle/poder. Nosso olhar recai, exatamente, sobre as lógicas de agenciamento da imagem em termos de poder, ao considerar que nosso objeto empírico é constituído por dois acontecimentos apartados no tempo e no espaço, mas unidos pela presença da criança enquanto vítima, por formas de intolerância e por aspectos de incivilidade evidenciados nos jogos interacionais, inclusive no direito à visibilidade. Como imagem a estilhaçar o olhar, convocamos a fotografia de Aylan Kurdi. Em analogia, tratamos da imagem “estilhaçamento da memória” trazendo à cena a fotografia do menino Marcos Vinicius, estudante carioca assassinado na favela da Maré, em 2018. Entre a solidão dos moribundos (ELIAS, 2001), a vida que não merece viver (AGAMBEN, 2010) e a vida

“não passível de luto” (BUTLER, 2017), propomo-nos a discutir a imagem em circulação e sua incidência na memória a partir da temática do poder e da morte, na perspectiva da condição de visibilidade, entendendo que, ante a midiatização de conflitos (HJARVARD; MORTENSEN, 2015), novas dinâmicas se fundam e se reatualizam, inclusive as que dizem respeito à fabulação humana.

PALAVRAS-CHAVE: Midiatização. Imagem. Circulação.

ABSTRACT: This work adopts as its starting point the assumption that media images carry previous images, fruit of discourses and other temporalities, but that become present as shadows in our current productions. Based on this consideration, this article proposes to analyze two dynamics of conflict, understood here as dynamics of mediatization, which are quite different in terms of process and logic, but which involve common elements: a) media images and imaginary; b) broad circulation; c) social actors and media institutions and, finally, d) the logic of image management in terms of control/power. Our gaze falls, precisely, on the agency logic of image in terms of power, considering that our empirical object is constituted by two events separated in time and space, but united by the presence of the child as a victim, by forms of intolerance and aspects of incivility evidenced in interactive games, including the right to visibility. As an image that shatters the eye, we summon the photograph of Aylan Kurdi. In analogy, we deal with the image of “memory shattering”, bringing to the scene the photograph of the boy Marcos Vinicius, a student murdered at favela da Maré in Rio de Janeiro, in 2018. Among the loneliness of the dying (ELIAS, 2001), the life that does not deserve to live (AGAMBEN, 2010), and the “ungrievable life” (BUTLER, 2017), we propose to discuss the image in circulation and its impact on memory based on the theme of power and death, from the perspective of the condition of visibility, understanding that, given the mediatization of conflicts (HJARVARD, MORTENSEN, 2015), new dynamics are founded and updated, including those related to human fabulation.

KEYWORDS: Mediatization. Image. Circulation.

1. O eu e os outros e um modo de fabular o mundo

Quando falamos em imagem, falamos em algo que é inicialmente fugidio. Conceitualmente, materialmente. A imagem nos surge como a representação de algo, como a materialização de alguma ideia, mas, muito mais do que isso, a imagem é parte constituinte do homem a partir do momento em que sua capacidade criativa se manifesta por imagens. O pensamento se dá por imagens. Kamper (2016) destaca que não há outra forma de pensar senão por imagens, e, por isso, a tentativa de negá-las é sempre incapaz de atingir seu feito. Quanto mais se deseja o fim das imagens, mais imagens se produzem mentalmente. No entanto, não é somente esta imagem mental que nos interessa; o nosso olhar se volta para as imagens midiáticas. Estas imagens particulares, tão singulares, que também abastecem o nosso repertório iconográfico todos os dias, seja nas capas de jornais, estampadas nas revistas ou mesmo em nossas telas brilhantes e coloridas dos jogos e dos celulares.

Estamos falando das imagens que formam um conjunto que é um imaginário midiático. Esse imaginário não é feito só de fotografias, vídeos e memes, mas também de comentários, de manchetes que dão a ver posicionamentos, de expressões que operam sentidos e que no conjunto compõem imagens. Mas não são simples desenhos, figuras, gravuras; são imagens que carregam consigo posições, polarizações, camadas de luz e de sombreamentos que ultrapassam o tempo dos acontecimentos. Tomemos neste caso, como exemplo, a ideia da expressão “muçulmano”. Certamente já lhe veio à cabeça uma imagem do que é um muçulmano¹, seja pela novela das 18h, seja pela cobertura jornalística envolvendo as crises migratórias ou mesmo pelas visões históricas que nos trazem uma angulação a respeito das guerras, das disputas territoriais e dos atentados terroristas que transformam em sinônimos religiões, movimentos e raças. Visões ocidentais da expressão “muçulmano” colocam-na em um

1 Ao pesquisar a literatura islâmica, o conceito de muçulmano também aparece em disputa de sentidos. Para Al-Khazraji (2014) o “muçulmano é aquele que, livre e espontaneamente, abraça o Islã e se submete a Deus, adotando o Islã como sua fé e prática. Muçulmano não é um povo ou raça. Não se deve confundir árabe (um povo) com muçulmano”.

tipo de “forma”, inclusive na construção visual das fotografias quando, por exemplo, adotamos o [eixo esquerda-direita. Lucia-no Guimarães (2006) já trata desta estratégia visual jornalística como uma maneira de enquadrar as leituras sobre os conflitos que envolvem os povos árabes.

Assim, quando pensamos em imaginário midiático, estamos pensando em um conjunto de imagens que circulam e que, portanto, acionam sentidos múltiplos em torno de determinadas questões, inclusive promovendo constantes pontos de contato com este imaginário mais profundo, que se vincula às imagens simbólicas, à nossa capacidade imaginativa. Isto porque a ampliação da oferta de imagens midiáticas complexifica a criação de imagens interiores a partir do momento em que as primeiras se tornam imagens barreiras ou modelizadoras (ROSA, 2012). Retomemos a expressão “muçulmano”: ainda que nossa “experiência” ou conhecimento da cultura dos povos muçulmanos seja muito pequena, o risco ao estereótipo é grande, pois há uma gama de imagens que reforçam esta ideia, mesmo quando ela deveria ser positiva. No caso do time de futebol de crianças que ficou preso em uma caverna na Tailândia, em 2018, a menção de que o único menino a falar em inglês para se comunicar com os mergulhadores era um refugiado sírio, um pequeno muçulmano, o colocava num lugar de distinção em relação aos demais.

É exatamente este o ponto: a distinção do eu e dos outros. Mbembe (2018) entende a alteridade não como a igualdade, nem como o simples reconhecimento da diferença, mas o reconhecimento do outro enquanto outro, em que a simbólica de raças, cores e poderes não seja “a” simbólica dominante. Butler (2017, p. 19), ao tratar do reconhecimento, destaca que a ênfase não está no ato de reconhecer reciprocamente, mas na “condição de ser reconhecido”. Esta condição, portanto, em sua visão, precede o reconhecimento. Isto é, quando adentramos na questão do reconhecimento, os questionamentos sobre o conjunto de normas que permitem que certas pessoas sejam “reconhecidas” e outras não nos levam a perceber que há modos de ver e operações para tornar invisível. Tais operações são cada vez mais midiáticas, isto é, não advêm somente de estratégias dos meios de comunicação tradicionais, mas se atualizam e se fundam no

tecido da sociedade por suas lógicas e operações específicas. Uma destas diz respeito à fabulação.

Mbembe (2018, p. 60), autor que não trata da mediação, mas do conflito de raças, se refere à ideia do negro como uma problemática de fabulação. Isto é, a razão negra se constitui de um conjunto de vozes, de enunciados, de afirmações equivocadas, “cujo objeto são a coisa ou as pessoas de origem africana e aquilo que afirma ser seu nome e sua verdade (seus atributos e qualidades, seu destino e suas significações enquanto segmento empírico no mundo)”. Este conjunto de enunciados constitui uma atividade de fabulação, portanto, uma forma de narrar o mundo e, nesse ato, de produzir imagens sobre ele. Para Mbembe (2018, p. 60), “A razão negra designa um conjunto tanto de discursos como de práticas – um trabalho cotidiano de inventar, contar, repetir e promover a variação de fórmulas, textos e rituais com o intuito de fazer surgir o negro enquanto sujeito racial”. Neste sentido, o autor considera que a fabulação carrega negações e profundas marcas de poder, pois, se o mundo é o que vemos, aquilo que é excluído deixa de existir enquanto ser.

A abordagem, embora possa soar desconexa com a ideia de mediação, não é. As operações para dar a ver e tornar visíveis, hoje, passam por pelo menos duas instâncias importantes, diferentes da ideia do sujeito racial do comércio negro trazida por Mbembe, mas que também resultam em um imaginário midiático restritor e na perda do direito de imagem do sujeito. Dentre estas instâncias, podemos dizer que a fabulação não está centralizada; isto implica construções diversas. Poderíamos supor, então, que o acesso ao espaço da narração do mundo, da criação de imagens em potência elimina o “efeito da razão negra”. Contudo, ao contrário, vemos que a diversidade de oferta em produção não significa a pluralidade de oferta de sentidos em circulação. Fausto Neto (2013) sempre faz este alerta de que os desníveis na produção de sentido permanecem, porque eles não se resolvem pelo acesso ao espaço discursivo, nem mesmo à tecnologia. A segunda instância, que diz respeito ao modo de fabular o mundo, está ligada ao que deixa de existir. Se para Mbembe há um desaparecimento histórico que não é recuperável porque muito está na oralidade do sujeito que foi apagado enquanto tal, na sociedade em mediação, os sujei-

tos ascendem ao espaço dos meios, tomam para si a condição de existência, mas esta passa a ser limitada por outros filtros e fluxos que independem também da vontade do sujeito. Este pode ser apagado por imagens outras mais pertinentes, pode ser simplesmente envolvido em lógicas comerciais de aparatos ou ainda pode perder completamente o direito sobre a sua própria imagem, uma vez que esta, ao ingressar na circulação (ROSA, 2016a), já não pertence mais ao sujeito, mas ao fluxo. Esta é situação que veremos em nosso caso de pesquisa midiaticado.

2. O caso de pesquisa midiaticado: aproximar o impensável para ver no limiar

Neste trabalho desenvolvemos um caso de pesquisa midiaticado. Isto é, optamos por desenvolver o acionamento da perspectiva teórica a partir da mobilização da empiria, portanto, da configuração de um caso. Este vem sendo um traço identitário dos pesquisadores que integram a Linha de Pesquisa Midiaticação e Processos Sociais na Unisinos, tanto nos quadros em formação como nas pesquisas em andamento, caso deste texto que se articula com trabalho de estágio pós-doutoral desenvolvido na Universidade Federal Fluminense (UFF) sob supervisão do Prof. Fernando Resende. Feita esta ressalva, consideramos aqui como caso não um caso jornalístico ou um caso “pronto” (BECKER, 1999), dado de antemão, mas, ao contrário, o nosso caso é configurado a partir de sua característica central, que é um caso midiaticado. Por não ser um caso dado, ele é fruto da construção do pesquisador; isso implica dizer que leva em conta nosso fazer artesanal e aproximações que à primeira vista não parecem possíveis nem em termos de tempo e espaço, já que tratamos de dois acontecimentos que são apartados geográfica e tematicamente. Estamos falando da morte de Aylan Kurdi, menino sírio encontrado morto em uma praia em Bodrum, na Turquia, em 2015. E, de outro lado, da morte do menino Marcos Vinicius, estudante carioca, assassinado na favela da Maré, em 2018.

Embora sejam dois fatos distintos em termos de questões contextuais, o recorte que trazemos para este artigo, tendo em vista a temática da intolerância e incivilidade, volta-se para a

tensão sobre as lógicas de agenciamento da imagem em termos de poder. Assim, nosso objeto empírico, portanto, nosso caso, é constituído por dois acontecimentos apartados no tempo e no espaço, mas unidos pela presença da criança enquanto vítima, por formas de intolerância quanto ao poder² e por aspectos de incivilidade evidenciados nos jogos interacionais, inclusive no direito à visibilidade.

Desta forma, adotamos como premissa de nossa investigação que as imagens midiáticas carregam imagens anteriores, frutos de discursos e temporalidades outras, mas que se presentificam como sombras em nossas produções atuais, afetando os modos de reconhecimento, em especial as suas condições. A partir desta consideração, este texto se propõe a analisar duas dinâmicas de conflito, entendidas aqui como dinâmicas de midiaticização, que são bastante distintas em termos de processualidades e lógicas, mas que envolvem elementos comuns: a) imagens midiáticas e imaginários; b) ampla circulação; c) atores sociais e instituições midiáticas e, por fim, d) lógicas de agenciamento da imagem em termos de controle/poder. Estas duas dinâmicas serão abordadas já a partir da relação com a empiria.

3. O imaginário tecido pelo social: infâncias em conflito

Falar de Aylan Kurdi já parece nem mesmo ser necessário. A simples menção ao nome do menino sírio encontrado com o rosto voltado para as areias claras do mar da Turquia (se é que ele realmente foi encontrado assim, tendo em vista as inúmeras imagens que discutem a possível adulteração do local do “encontro” do corpo) já aciona nossa memória visual e afetiva. A imagem produzida pelas lentes da fotógrafa Nulifer Demir, que, em poucos segundos, conquistou o *trending topics* do Twitter, foi capa de praticamente todas as publicações jornalísticas do mundo, transformou-se em símbolo da tragédia da Síria³ a partir do

2 Quando mencionamos formas de intolerância quanto ao poder, nos referimos à ideia do eixo sul-global, expressão que será revisitada neste texto não na perspectiva econômica.

3 A discussão sobre o papel simbólico ou de imagem-síntese do caso Aylan Kurdi pode ser vista em Rosa (2017).

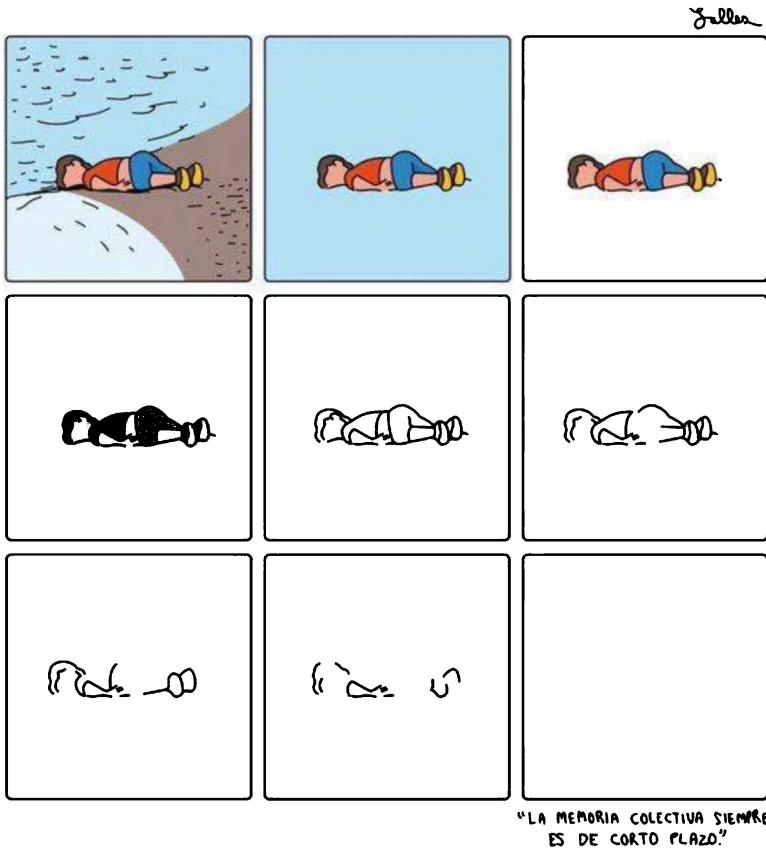
momento em que passou a restringir o acesso de outras imagens ou a vincular-se como um emblema ou decalque sobre outros vídeos e fotografias que remetam à situação da crise migratória, mesmo quando a veracidade da imagem é posta à prova ou questionada.

No entanto, Kurdi conquistou um espaço bastante singular no imaginário midiático. Sua imagem não é apenas a fotografia de um registro jornalístico de um acontecimento; na verdade cada vez menos o jornalismo vive de registros de acontecimentos. Pepe Baeza (2004) já alertava para esta crise do fotojornalismo, no sentido de que há um outro tipo de jornalismo visual surgindo. Sem entrar neste embate, a fotografia do menino evidencia um conjunto de operações de midiaticização, orquestradas tanto pelos meios como por atores sociais e instituições. É interessante investigarmos que tipos de operações entram em jogo neste caso, pois algumas delas têm durações muito diversas. Podemos considerar que, num primeiro momento, a imagem de Aylan Kurdi foi produzida para a circulação, o que já demonstra uma lógica que extrapola o fazer jornalístico do registro, mas dá conta de pensar em estratégias de tornar tal imagem visível a ponto de “galvanizar o mundo”⁴. Num segundo momento, a imagem causou comoção social e foi replicada e apropriada por artistas e ilustradores que reinseriram a imagem de Aylan Kurdi na circulação, prolongando seu tempo de visibilidade e, logo, seu tempo de vida póstuma.

Observa-se que a comoção foi fortemente amplificada por se tratar não da crise migratória, mas de uma criança, a criança sem rosto, a criança que carrega todas as outras, as passadas e as futuras. Kurdi é o retrato da infância, da vida precária, mas que é digna de ser vista (BUTLER, 2017) porque é um corpo que lembra a importância da vida. O menino é um pequeno mártir, recebe homenagens, continua aparecendo ciclicamente em postagens do Facebook atribuídas a não se sabe quem, inclusive como empréstimo (sem citar a fonte) de uma postagem de Noam Chomsky feita sobre a nossa memória. Nesta postagem Kurdi desaparece. Estranhamente, ele não desaparece da circulação.

4 Esta expressão é utilizada pelo pai de outro menino encontrado morto na praia em Myanmar, referindo-se à imagem de Aylan Kurdi como uma imagem-símbolo.

Figura 01 – Postagem alusiva ao desaparecimento do debate sobre Kurdi



Fonte: Facebook.

O que queremos dizer aí enquanto operações é que, se, de um lado, há movimentos do jornalismo para produzir a imagem com vistas à circulação, há também movimentos dos atores sociais para que esta imagem permaneça circulando. Também instituições como a própria ONU, as forças humanitárias como os Capacetes Brancos fazem esforços para que a imagem de Kurdi esteja sempre acionando fluxos, se não presentificada, em sombras. Isso leva a considerar que o modo de fabular sobre a morte Aylan Kurdi incide sobre a sua permanência na circulação.

Ao partirmos para nosso segundo observável, temos uma situação um pouco diferente. Ao mencionar o nome Marcos

Vinicius, talvez a imagem do jovem de 14 anos não venha tão facilmente à nossa mente. A imagem também foi amplamente reproduzida e ganhou repercussão internacional, contudo foi desaparecendo com o passar dos dias até o seu completo esmaecimento, o que já nos dá pistas de outras processualidades em termos de circulação. Marcos Vinicius da Silva, 14 anos, morreu baleado no dia 20 de maio de 2018, no Complexo da Favela da Maré, durante uma operação policial. O estudante e um amigo estavam indo em direção à casa de Marcos Vinicius quando o jovem teria sido atingido por um tiro de um blindado. A cobertura jornalística do caso se deu tão logo o acontecimento foi divulgado. Os portais e sites de notícias anunciaram não só o fato de o estudante ter sido baleado, mas em especial os protestos derivados da ação policial situada em um processo de intervenção. No entanto, em termos de manchetes podemos tomar como exemplo a do portal G1:

Figura 02 – Printscreen de Manchete do G1 de 26/06/2018

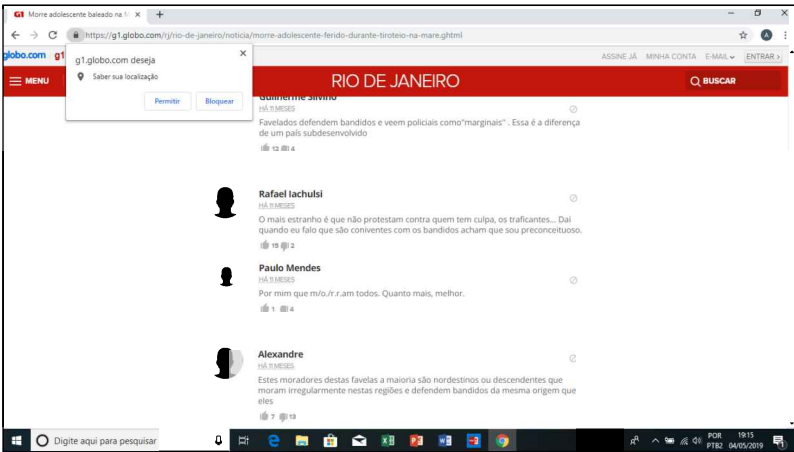


Fonte: Portal G1.

Como visto acima, quando a instituição jornalística acopla a notícia da morte do estudante e os protestos na comunidade, o primeiro fato, isto é, a morte, passa a se tornar secundário em relação às manifestações populares. Isto se deve a duas razões: a primeira, porque, ao inserir na frase o conectivo “e”, a manchete diminui a ênfase da morte, tanto que os comentários

dos atores sociais, como veremos abaixo, ratificam esta posição. Tais comentários apontam também para a falta da compreensão da noção de alteridade enquanto reconhecimento. Há uma visão estereotipada, não só do jovem e do favelado, como fica evidente a necessidade da condição do reconhecimento: para reconhecer é preciso conhecer. E, em certa medida, o jornalismo contribui para reforçar um imaginário midiático que só intensifica a incivilidade já presente.

Figura 03 – Reações de atores sociais à publicação do G1



Fonte: G1.

A outra razão para a redução do fato inicial é que a imagem do menino morto não foi veiculada. Embora a imagem do menino baleado tenha estado disponível e circulado instantes após o ocorrido, ela foi proibida, retirada inclusive das páginas de Facebook e, hoje, ao fazer uma busca da imagem de Marcos Vinicius, não é possível localizar a sua fotografia no local do acontecimento, apenas imagens de arquivo, disponibilizadas pela família, em vídeos e reportagens, como pode ser visto a seguir.

Figura 04 – Imagem de arquivo, Marcos Vinicius na escola



Fonte: RJ 1.

Figura 05 – Marcos Vinicius e imagem já apropriada



Fonte: RJ 1.

Observa-se, também, nas duas extrações das imagens acima, que são excertos de uma reportagem do jornal RJ 1 da Rede Globo, mas que foram também as imagens vistas no Extra, no Globo, de forma intermediária, que as fotografias escolhidas para “significar” Marcos Vinicius em vida trazem duas marcas importantes. A primeira é a do estudante, e na segunda ele já aparece no “enquadre” do jovem “criminoso”: boné virado para

trás, sem camisa, os olhos espremidos Esta imagem foi usada para criar *fake news*, ou seja, para fazer circular construções que tensionam o lugar de Marcos Vinicius como de um jovem a caminho da escola e o colocam no caminho do tráfico. Tais imagens foram verificadas e comprovadas como montagens.

Figura 06 – Montagens de associação ao tráfico



Fonte: Checamos – AFP.

Isso evidencia que, nesta situação, há uma operação de produção de imagens tensionadoras, imagens que tentam questionar o lugar da imagem primeira, que desaparece da circulação. Na ausência da imagem do fato, há uma tentativa por parte da família, dos colegas e de instituições não midiáticas de acionar lógicas de midiaticização para fazer circular uma contraimagem para fazer frente às imagens que o jornalismo, os críticos e os atores sociais constroem em cima de um discurso que vem de outro lugar, que é o “bandido bom é bandido morto”, já historicamente fixado no imaginário coletivo e social. Nesta tentativa de

uma contraimagem surge a imagem-símbolo do não corpo. É a imagem da camiseta do uniforme escolar, manchada de sangue, que se transforma em bandeira e manifesto, e, a partir deste momento, o próprio jornalismo revê sua argumentação, pautando-se pela comoção da mãe que perde o filho.

Figuras 07 e 08 - Cobertura midiática do velório do adolescente



Fonte: Domingos Peixoto/O Globo.



Fonte: Mauro Pimentel (AFP) para *El País*.

Neste sentido, estamos diante de um conjunto de operações e lógicas de midiaticização mobilizadas que interferem no imaginário midiático e, conseqüentemente, no reconhecimento. Num primeiro momento, a imagem do menino ferido foi posta em circulação, mas foi retirada, numa espécie de proibição. Algumas imagens são proibidas pelo próprio Facebook com a alegação de que são impróprias. Contudo, quando o trabalho das instituições jornalísticas inicia, a morte é vista com descrédito e desconfiança; afinal, há um enfrentamento entre o poder da Polícia e o poder dos Traficantes, ficando a comunidade refém dos discursos elaborados sobre si, da violência sofrida na pele e simbolicamente da fabulação dos outros sobre si. A comoção só ocorre neste caso num segundo momento, quando a mãe entra em cena já velando o filho. E ainda que alguns veículos tenham trazido a imagem do caixão, é o não corpo, a camiseta, que lhe dá vida. Enquanto imagem, enquanto materialidade, Marcos Vinicius não existe, ele se traduz num pedaço de pano.

4. Entre o estilhaçar do olhar e o estilhaçamento da memória

O trocadilho estilhaçar e estilhaçamento não é só um jogo de palavras. Aqui nos interessa entender como se dão as lógicas de agenciamento das imagens a partir do acionamento de operações de produção e reconhecimento. Estamos diante de duas situações que envolvem conflitos e que são conflitos midiaticizados. Se, no primeiro caso, temos a guerra da Síria e a crise migratória dela derivada, no segundo, temos a complexidade da guerra civil, da violência dos conflitos armados entre polícia e milícias que já resultaram em números bastante expressivos de vítimas.

A imagem de Kurdi tem o efeito de estilhaçar o olhar. A fotografia, quando chega a nossos olhos, causa uma ruptura. Não importa quem seja a criança, não importa o nome, mas a sua capacidade de representar a todos, inclusive a criança que fomos, gera um afetamento. Ainda que não se queira ver, esta imagem adere a outras posteriores. Além disso, há um elemento central: ela nos atinge contemplativamente. O nosso olhar é para algo que está lá,

distante; portanto, a pós-vida de Aylan Kurdi se sustenta em uma imagem que machuca, que fere, mas que se autonomiza, porque toda e cada vez que reaparece ela reacende não a discussão primeira, mas o modo como fabulamos a infância. O corpo estirado na praia é o oposto da visão ideal de infância, mas, ao vê-lo, ratificamos a existência dessa criança-anjo, digna de ser vista, mas, por não ser imortal (ELIAS, 2001), é destituída não só do corpo, mas do direito à morte e, conseqüentemente, do ser. Ainda que seja uma imagem amplamente reconhecida, amplamente valorada na circulação (ROSA, 2016b) por estilhaçar o olhar, é uma imagem que esvazia o sujeito, que manifesta o lugar do seu não poder.

Já a imagem de Marcos Vinicius desaparecida do fluxo, retirada, leva a um duplo movimento de apagamento. É o apagamento do arquivo que indica um “isto foi” barthesiano e é o apagamento da memória do acontecimento. Neste sentido, o estilhaçamento é o da memória, que se fragmenta. Para recompor a história de Marcos Vinicius, não basta sua fotografia; é preciso narrar, recuperar os dados. O jovem de 14 anos aparece, tem seu corpo ferido substituído por uma camiseta manchada de sangue. O uniforme da escola representa o corpo de um adolescente que se mistura a tantos outros que viram estatística. Porém, quando Marcos Vinicius é citado com a *hashtag* “Presente”, assim como Mariele Franco, ele deixa de ser só uma camiseta e passa a ser um sujeito com nome, família, amigos, integra uma rede simbólica de vozes caladas. No entanto, ele é um sujeito sem corpo que é impedido de ter sua imagem em circulação e que, não obstante, é perpassado pela disputa de sentidos da dúvida. Sua imagem é personalizada e intransferível, e não há como lhe dar outros contornos e feições. Ainda que outros jovens da favela se vejam nele representados, não há como produzir integração dos estilhaços; assim, o afetamento é momentâneo, tende a ter a durabilidade do noticiário e de sua rememoração como data-marco, típica do fazer jornalístico, até que outro fato maior e mais importante ocupe o espaço.

A imagem do jovem assassinado na favela não é contemplativa, é inclusiva, porque é fruto de um processo do qual todos somos parte. Assim, não há pós-vida da imagem de Marco Vinicius, mas seu apagamento completo da memória, ainda que boa parte de suas imagens estejam acessíveis a um clique. Não

há a intenção de fabular a favela, porque isso implicaria refundar imaginários já constituídos. O caso aqui exposto evidencia sua manutenção. Quando a imagem do estudante não é reconhecida, portanto é menos valorada na circulação, estamos diante de um poder tácito que se instala, simbólico, de determinar aqueles que não são “passíveis de luto”.

5. As dinâmicas de mediatização de conflitos: entre a vida que não merece viver e a vida que não merece ser vista

Este artigo tenta se aproximar de autores que, em alguma medida, trazem a problemática do poder e da morte como centrais para compreender a vida. Norbert Elias, em *A solidão dos moribundos* (2001), reflete sobre a morte no Ocidente e como esta se liga à noção de imagem, já que temos uma atitude em relação à morte e uma imagem da morte. Esta última é sempre adiada, é, nas palavras do autor, “recalcada”. Além disso, Elias ressalta que a sociedade atual prefere ver os corpos do que os moribundos, porque estes evidenciam a crueza da morte em si, porque são a vida destituída de sentido. Em outra abordagem, Agamben (2010) trata da morte e do poder ao mencionar a noção da vida que não merece viver. O autor recupera o conceito de “vida sem valor” e que esta decisão de “julgar” com valor ou não recai sobre aspectos jurídicos e, mais evidentemente, políticos que indicam os poderes em jogo. Judith Butler (2017) discute a vida “não passível de luto” e a precariedade da vida, isto é, o fato de que o homem está constantemente exposto a variáveis sociais. No entanto, como ainda há limitações nas condições de reconhecimento,

nem todo mundo conta como sujeito na vida contemporânea [...] o que está em jogo são comunidades não exatamente reconhecidas como tais, sujeitos que estão vivos, mas que ainda não são considerados “vidas” (BUTLER, 2017, p. 54).

É neste cenário de disputas entre poder que emerge mais fortemente a noção que trabalhamos de circulação como

relação de atribuição de valor. Ao considerar que a imagem que circula é fruto de uma disputa intensa por sentidos, aquilo que ganha visibilidade é resultado de operações de poder, de exclusões, de apagamentos e, em contrapartida, de valorizações. Estas valorizações se dão não por um agente ou outro, quer dizer, não é o jornalismo que define um enquadramento sozinho, tampouco é uma instituição, mas na midiaticização essa processualidade se dá em interação e de múltiplas formas. Não é a fotografia distribuída pela agência de notícias que gera um uníssono no modo de olhar, não é a regra do Facebook de restringir a violência que apaga a imagem da cena do crime; há um conjunto de elaborações e táticas que são desenvolvidas em paralelo porque possuem o mesmo propósito de base: narrar o mundo e o homem a partir do imaginário midiático.

Mas em que medida este imaginário está comprometido? Pensar a condição de visibilidade nos remete a compreender que o cerne do debate não está na imagem em si, mas na midiaticização dos conflitos a que se reporta (HJARVARD; MORTENSEN, 2015). Isto porque a midiaticização põe em curso novas dinâmicas que se fundam e se reatualizam, inclusive as que dizem respeito à fabulação humana. Ou seja, os nossos modos de narrar já não são mais os mesmos. As tecnologias e os aparatos atravessam e interferem nestas processualidades, inclusive na possibilidade de exclusão de uma narrativa feita. Por outro lado, há mais vozes, mais espaço para contradiscursos, para subversões e para tentativas.

Hjarvard e Mortensen (2015) defendem que, atualmente, os conflitos midiaticizados não são mais apenas mediados e envolvem dinâmicas que são geralmente de três ordens: amplificação, enquadramento e agência performática e coestruturção. Estas dinâmicas são o coração dos conflitos midiaticizados, mas atualmente se manifestam de modos combinados e complexificados em graus variados. Uma dessas complexificações, por exemplo, são as infiltrações dos meios dentro dos conflitos, como ocorreu em Gaza ou novas formas do *embedding*, prática já adotada na Guerra do Golfo, por exemplo. Os autores também indicam como novas dinâmicas ou atualizações a presença dos atores sociais na cena, produzindo narrativas sobre os conflitos, indo além do que se conhecia por um modelo de interação “polícia/Exército-mídia”.

Ou seja, tanto em guerras como a da Síria ou em guerras contra o tráfico, como no Complexo da Maré, as dinâmicas da midiatização são tamanhas que não circunscrevem a circulação ao espaço territorial do que está, aparentemente, em disputa, inclusive porque aquilo que está em disputa quase nunca é o bem físico, e sim o imaterial, pois trata-se de poder. Assim, se os conflitos vazam, dizem respeito muito mais ao imaginário do que ao materializado. Em síntese, nos conflitos de polarização e incivilidade que investigamos, sua dinâmica é constituída por operações de dar a ver/apagar; valorizar/excluir, pôr a circular/repetir; fixar/restringir, e, assim, não se trata do plano das ações práticas, mas do plano da midiatização de um imaginário que se tece entre a vida que não merece viver e a vida que não merece ser vista. Recuperando Mbembe (2018, p. 309), a razão negra não diz respeito ao negro em si, mas a um devir-negro do mundo, onde a única forma de combate é “um pensamento em circulação, um pensamento da travessia, um pensamento-mundo”. Fica o convite para que comecemos a atravessar pensando juntos.

Referências

- AGAMBEN, Giorgio. *Homo sacer: o poder soberano e vida nua*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- BAEZA, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BECKER, Howard. *Métodos de pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BELTING, Hans. *Pour une anthropologie des images*. Paris: Gallimard, 2004.
- BELTING, Hans. Imagem, mídia e corpo: uma nova abordagem à Iconologia. *Revista Ghrebh-*, São Paulo, n. 08, p. 32-60, jul. 2006. Disponível em: https://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/Ghrebh/Ghrebh-%208/04_belting.pdf Acesso em: 30 jun. 2019.

- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 15. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais In: JANOTTI JR., J.; MATTOS, M. A.; JACKS, N. *Mediação & Mídia*. Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2012. p. 31-52.
- BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da mediação? In: *Relatos de investigaciones sobre mediaticizaciones*. CIM, 2014, Rosario, Argentina. p. 1-20.
- BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013.
- BUTLER, Judith. *Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.
- ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos, seguido de envelhecer e morrer*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- FAUSTO NETO, Antônio. Da convergência/divergência à interpenetração. In: MIEGE, Bernard; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; BITTENCOURT, Maria Clara (org.). *Operações de mediação: das máscaras da convergência à crítica ao tecnodeterminismo*. Santa Maria: FACOS, 2016. p. 53-80.
- FAUSTO NETO, Antônio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, J. L.; FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G. (org.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013. p. 43-64.
- FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.
- GUIMARÃES, Luciano. O jornalismo visual e o “eixo esquerda-direita” como estratégia da imagem. In: *Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume, 2006. p. 185-201.
- HJARVARD, Stig; MORTENSEN, Mette. *The Dynamics of Mediatized Conflicts*. New York: Peter Lang, 2015.
- INTERVENÇÃO não derrota crime, mas aumenta letalidade da política no Rio. *O Globo*. Disponível em: <https://blogs.globo.com/rio/2015/08/11/intervencao-nao-derrota-crime-mas-aumenta-letalidade-da-politica-no-rio/>

oglobo.globo.com/bernardo-mello-franco/post/intervencao-nao-derrota-o-crime-mas-aumenta-letalidade-da-policia-no-rio.html. Acesso em: 20 fev. 2020.

KAMPER, Dietmar. *Mudança de horizonte: o sol novo a cada dia*. São Paulo: Paulus, 2016.

KHAZRAJI, Xeique Taleb Hussein. *Islamismo*. São Paulo: Belalera, 2014.

MÃE de jovem morto no Rio: “É um Estado doente que mata criança com roupa de escola”. *El País*. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/22/politica/1529618951_552574.htm. Acesso em: 05 abr. 2019.

MARCUS Vinicius Silva, o jovem baleado no Complexo da Maré, foi fotografado segurando uma submetralhadora? É falso. Checamos AFP. Disponível em: <https://checamos.afp.com/marcus-vinicius-silva-o-jovem-baleado-no-complexo-da-mare-foi-fotografado-segurando-uma>. Acesso em: 05 abr. 2019.

MBEMBE, Achille. *Crítica da razão negra*. São Paulo: N1 edições, 2018.

MORRE adolescente baleado na Maré, e moradores protestam e incendeiam ônibus. G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/morre-adolescente-ferido-durante-tiroteio-na-mare.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2020.

MORTENSEN, Mette. *Journalism and Eyewitness Images: Digital Media, Participation, and Conflict*. Abingdon: Routledge, 2015.

RANCIERE, Jacques. *O destino das imagens*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

ROSA, Ana Paula da. O êxito da gula: a indestrutibilidade da imagem totem no caso Aylan Kurdi. *E-Compós*, v. 20, n. 2, p. 1-22, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.1298>. Acesso em: 08 jun. 2019.

ROSA, Ana Paula da. De reflexos a fagias: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens. In: CINGOLANI, Gaston; SZNAIDER, Beatriz. *Nuevas mediatizaciones, nuevos*

- públicos*. Rosario: UNR Editora; Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2016a. p. 77-97.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens em proliferação: a circulação como espaço de valor. In: *Anais do V Colóquio de Semiótica das Mídias*. Japaratinga, 2016b. p. 1-14.
- ROSA, Ana Paula da. Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de ruptura. In: ARAUJO, Denize; CONTRERA, Malena (org.). *Teorias do imaginário*. Brasília: Compós, 2014. p. 28-50. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/teorias_da_imagem_e_do_imaginario.pdf. Acesso em: 10 jan. 2019.
- ROSA, Ana Paula. *Imagens-totens: a fixação de símbolos nos processos de midiatização*. Tese (Doutorado), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2012. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3429>. Acesso em: 20 dez. 2019
- TRES años de la muerte de Aylan. Facebook Pelando.notícias. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/Pelando.noticias/photos/3-a%C3%B1os-de-la-muerte-de-aylan-aylan-kurdi-fue-un-ni%C3%B1o-sirio-de-origen-kurdo-de-tre/2186438578261390/>. Acesso em: 20 fev. 2020.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista Matrizes*, v. 08, n. 01, p. 13-19, 2014.
- WARBURG, Aby. *Histórias de fantasmas para gente grande*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

Trajetórias do coronavírus e interpenetrações de discursos sociais

Trajectories of the coronavirus and interpenetrations of social discourses

Antônio Fausto Neto¹

RESUMO: A disseminação da Covid-19 no Brasil se faz através de entrelaçamentos de discursos sociais – político, sanitário, jurídico e midiático – segundo estratégias engendradas no âmbito da circulação. Descrevem-se algumas operações de produção de sentidos, que, além de dinamizar a trajetória do vírus na organização social, oferecem inteligibilidades sobre sua existência e manifestações, segundo “gramáticas” e lógicas de práticas discursivas distintas. Chama-se atenção para os efeitos da interpenetração de diferentes instituições no combate ao vírus, aflorando, pelo menos, dois tipos de discursos: o que preconiza colaboração de saberes para combater o vírus, e um outro que se sustenta em lógica distinta, ao excluir discursos em cooperação, inclusive as interações tentativas segundo demandas dos atores sociais e de suas lógicas.

PALAVRAS-CHAVE: Covid-19. Circulação. Discursos em disputas. Efeitos de sentidos.

ABSTRACT: The dissemination of Covid-19 in Brazil is done through the intertwining of social discourses – political, sanitary, legal, and mediatic – according to strategies engendered within the scope of circulation. Some operations of production of meaning are described, which, in addition to dynamizing the tra-

1 Professor Titular PPGCC Unisinos e pesquisador do CNPQ. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5952-3880>. E-mail: afaustoneto@gmail.com.

jectory of the virus in the social organization, offer intelligibility about its existence and manifestations, according to “grammars” and logics of different discursive practices. Attention is drawn to the effects of the interpenetration of different institutions in the fight against the virus, with the emergence of at least two types of discourses: one that calls for knowledge collaboration to fight the virus, and another that is based on a different logic, by excluding discourses-in-cooperation, even the tentative interactions according to the demands of social actors and their logics.

KEYWORDS: Covid-19. Circulation. Discourses in dispute. Effects of meaning.

1. Nota introdutória

A primeira versão deste artigo contemplava uma discussão sobre as transformações do discurso político, especialmente falas do atual presidente desde sua alocação de posse a manifestações enunciadas ao longo dos primeiros 18 meses de governo. Enfatizávamos aspectos da midiatização do discurso político deslocando-se das injunções dos *mass media* enquanto “elos contato” entre sistemas políticos e a sociedade, para funcionar em novo “regime”, segundo dinâmicas das redes sociais. Tratava-se de uma problemática na qual práticas institucionais se contatavam através de protocolos interativos fundados em suas próprias fronteiras, através de ações comunicativas que se constituíam em processos de *autopoiesis*; eles dependiam de interdiscursividades para circular no tecido social em torno das quais também se originavam as condições de produção e de disputa de sentidos. Seus produtos eram projetados na esfera da circulação de sentidos, num cenário típico de atividade simbólica que se fazia em torno de mediações tecnossimbólicas.

Nestes cenários de mediação, no qual os *mass media* funcionavam como uma espécie de “elo de contato” entre instituições e atores sociais, recordamos o papel que eles tiveram na produção e circulação de sentidos sobre a AIDS, cuja inteligibilidade dependeu, em larga escala, do trabalho de operações midiáticas (FAUSTO NETO, 1999; VERÓN, 1993). Os meios operavam como cooperadores do processo de gestão da vida socie-

tária e tinham como objetivo engendrar representações sobre sua dinâmica social. Tal função mediadora foi nomeada mais longinquamente pelos ideários funcionalistas como “ação social organizada” (PARSONS, 1968). Mas também por outras vertentes teóricas que elaboraram formulações sobre a noção de campos sociais (BOURDIEU, 1994) e, especificamente, o campo das mídias (RODRIGUES, 1999). Neste contexto, os meios de comunicação, especialmente os de natureza jornalística, tiveram performance central no cofuncionamento do discurso político. O trabalho significativo das lógicas e operações midiáticas emergia como referência do funcionamento do discurso político, cujas manifestações engendravam-se através da perspectiva das discursividades e suas operações significantes (VERÓN, 1994).

Porém, as transformações da arquitetura e de práticas comunicacionais que remetem à constituição da “sociedade em vias de midiatização” – via o aparecimento e os efeitos das redes digitais e de sua disseminação sociotécnica – engendram mutações sobre a produção discursiva. Outrora, as formas de contato na sociedade estavam referidas em práticas enunciativas, muitas das quais funcionavam como condição de produção para manifestações de práticas interdiscursivas e seus efeitos de sentidos. O campo e as modalidades de discursos midiáticos não só funcionavam como fornecedores de insumos para o discurso político, como ofereciam as possibilidades de sua própria anunciabilidade e de circulação. Mas, em termos posteriores, observa-se que dinâmicas da midiatização em curso resultaram em efeitos ensejados por complexos *feedbacks*. Dentre estes, a fragilização das estruturas produtoras e/ou mediadoras de discursos na medida em que estes passam a ser tecidos diretamente pelos atores, mediante uso intensivo de outras tecnologias transformadas em meios, como é o caso das redes digitais. Trata-se de uma fase mais recente, cujas manifestações se materializam nas campanhas presidenciais ou nas políticas de comunicação dos próprios presidentes eleitos, que se põem em contato direto com seus seguidores ou eleitores potenciais (FAUSTO NETO et al., 2012). Atores políticos, em função do afloramento das redes e de suas potencialidades, abandonam velhas narrativas e assessorias de “conselheiros”, optando pelo manejo e contato direto com tecnologias, em alguns casos, monitorados por novos ins-

trutores, como é o caso dos “influenciadores digitais”. Ainda no território dos efeitos destes complexos *feedbacks*, podemos dizer que uma das consequências da midiaticização é a fragilização da vitalidade das operações de mediação dos campos sociais, com a ascensão de novas práticas tecnocomunicacionais, cujas dinâmicas de caráter interpenetrante engendram sentidos que tecem e alimentam novos processos interacionais, no contexto de uma nova paisagem de produção de sentidos. Tais dinâmicas são, de certa forma, refletidas ao longo da obra de Luhmann (2008), ao examinar o funcionamento de práticas sociais em torno de acoplamentos de diferentes sistemas, cenário no qual a dimensão comunicativa, seus meios e operadores, assumem um novo protagonismo (FAUSTO NETO, 2015). Colocados em contato segundo lógicas diversas, os discursos que aí se enunciam apontam para cenários e marcas de sentidos em produção, destacando feixes de diferenças, muitas delas em situação de embate ou, em algumas circunstâncias, de cooperação. São permeadas por dinâmicas que estão centradas em estratégias cujas relações se estabelecem mediante lógicas de beligerância, de disputas, mas também por potencialidades de interação convergente.

Aspectos relacionados com a midiaticização em processo manifestam-se de modo outro sobre os discursos sociais (inclusive o discurso político), seus processos produtivos e as relações entre eles. Pontualmente, destaca-se o afloramento do coronavírus no Brasil, em 2020, que se manifesta segundo entrelaçamentos de discursos (político, médico-sanitário, jurídico e midiático), através de dinâmicas que ensejam acoplamentos envolvendo suas singularidades e disputas de pontos de vista. Nosso objeto inicial transforma-se, na medida em que o discurso político passa a ser enunciado segundo novas condições de produção. Desta feita, em dinâmicas de interpenetração com outros discursos, a partir de onde suas ‘estratégias de combate’ passam a se manifestar em embates com outras práticas discursivas de sentidos. Os discursos passam a operar neste contexto de midiaticização, e suas ‘gramáticas’ são acionadas para pôr em contato várias modalidades de discursos, cujas marcas tratam de explicitar seus objetivos e diferenças, quando colocados em situação de interpenetração e de circulação. É na esfera das estratégias que os engendram e os põem em funcionamento que se manifes-

tam suas singularidades e pretensões, cujas intencionalidades se especificam em operações de sentidos em construção. O discurso político ingressa em outra trajetória e, nestas condições, passa a ser analisado, no contexto deste artigo, em um cenário de acoplamentos com outras manifestações discursivas.

A eclosão do coronavírus e as dinâmicas de sua disseminação são as precondições que desencadeiam a entrada em cena de operações de quatro tipos de discursos aqui apontados, especificamente o discurso político. Eles circulam segundo diferentes ‘gramáticas’ que são inerentes aos fundamentos de sua existência, de suas origens e das expectativas das próprias práticas que deles lançam mão para se inserir na ambiência interpenetrante de disputas de sentidos. Não se trata, porém, de acoplamento de justaposições e de articulações homogêneas, se levarmos em conta que a produção de sentidos se dá em torno de trabalhos de ‘feixes de relações’ que se gestam em torno de diferentes estratégias, de operações e de suas distintas racionalidades. Outrora, os campos sociais se articulavam em torno de processos interacionais nos quais os de natureza midiática tinham uma função singular na gestão e tematização destes processos. Em tempos atuais, a matéria significativa suscitada pela midiatização (FAUSTO NETO, 2016) permeia de modo mais complexo os discursos dos diferentes sistemas sociais, de tal maneira que lógicas e operações de mídia passam a se constituir em ‘matéria-prima’ para diferentes processos de produção/circulação discursivas.

Nosso objetivo visa descrever aspectos de modalidades de quatro tipos de discursos que se enunciam de modo distinto, mas que, quando se contatam, evidenciam e mesclam também suas especificidades. Apontam o “lugar de fala” de suas diferentes matrizes, mas também as pistas que indicam suas possibilidades de cooperações e de conflitualidades. A manifestação do vírus e os ecos de sua circulação suscitam formas de intervenção através das quais os discursos analisados com ele contraem vínculo. O discurso médico-sanitário põe em campo suas instruções de contenção do vírus. Inspiram-se nas tradições epidemiológicas que contemplam o combate a ele através de estratégias voltadas para inibir o contato entre os atores sociais, bem como suas condições de circulação, impondo-lhes práticas

de isolamento, ao lado de terapêuticas hospitalares. O discurso midiático funciona como uma instância que faz a gestão didática e de correferência ao discurso sanitarista, na medida em que se destaca por suas estratégias discursivas que se voltam para oferecer instruções de prevenção contra o vírus, e que são veiculadas em amplas radialidades e através de intensivos protocolos enunciativos.

O discurso político, ao se mostrar, conforme veremos, em divergência com as táticas e estratégias do campo médico-sanitário, combate seus fundamentos, pois suas teses convergem com as lógicas da produção econômico-comercial e que se mostram em desacordo com medidas de inibição à mobilidade da população, principalmente aquelas que afetam o consumo. Da perspectiva do discurso político, destacamos sua preocupação que, a despeito da sua aliança com as lógicas dos agentes e mercados econômicos, busca, ao mesmo tempo, não perder a companhia dos atores do mercado político, especialmente a dos seguidores do presidente. Para tanto, seus apelos convergem para dois focos: assegurar o funcionamento da economia e atuar sobre as formas de contato que impossibilitem adesão da população aos apelos médico-sanitários, uma vez que, segundo o discurso político, a fala de natureza médico-sanitária põe em risco aspectos da própria governabilidade. Inevitáveis efeitos de sentidos gerados pelas disputas interdiscursivas (conforme veremos mais adiante) fazem com que entrem em cena estratégias do discurso jurídico, como tentativa de viabilizar formas de regulações de ações em conflitos nas relações entre apelos médico-sanitárias e do discurso político. Em consonância com sua própria origem que articula fundamentos assimétricos, e valendo-se de práticas midiático-digitais, que ensejem contato direto entre o presidente e a população, o discurso político opera sistematicamente contra as lógicas mediacionais. E o faz através da exteriorização de estratégias de um discurso que combate o isolamento da sociedade, cujo principal enunciador é o próprio presidente da República.

Vale-se de estratégias que apelam para um discurso de ataque, não necessariamente ao vírus, mas às próprias orientações médico-sanitárias, mediante palavras de ordem cujas modalidades visam desqualificar as orientações do campo médico-

-sanitário. Nestas condições, ao mesmo tempo que o vírus circula situando o Brasil no segundo ou terceiro lugar em número de mortos, no quinto mês de sua ocorrência, em um outro cenário de produção e de circulação de mensagens, ocorrem batalhas discursivas que se produzem noutros contextos à margem da curva de ascendência circulatória do coronavírus.

2. Embates: discursos pró-isolamento

O coronavírus faz um percurso que afeta e transforma a geografia do país, suas rotinas e o modo de ser da organização social. É transformado em objeto de instituições sociais diversas que se entrelaçam, em torno de pontos de vistas distintos, como aqueles que enfatizam suas formas de combatê-lo.

Em termos de orientação sanitária, destaca-se o discurso sustentado pelas instituições que cuidam de políticas neste âmbito, como o próprio Ministério da Saúde, que, em convergência com orientações da OMS, tem sustentado ao longo de grande parte deste período tese em defesa de políticas de implementação pró-isolamento da população como possibilidade de conter a transmissão do vírus. Tais orientações seguem também procedimentos metodológicos que têm inspirado as práticas do “campanhismo” que orientam, ao longo de anos, as políticas de educação e de comunicação sanitárias, diante da ocorrência de fenômenos de aparecimento de vírus, etc., em diferentes contextos. A atividade implementada pelo Ministério da Saúde se fez por algum tempo, durante os primeiros meses de combate ao vírus, em um contexto operacional de cooperação com outras instituições, como o Sistema Único de Saúde, instituições de saúde (públicas estaduais e municipais) e outras formas de agentes e colaborações. Consistiu no equipamento de unidades hospitalares, em processos de testagens da população, por parte de pessoal especializado, além de campanhas educativas que foram promovidas por diferentes instituições, sob a orientação do Ministério. Também na monitoração e apresentação de ocorrência de casos de pessoas afetadas, através dos dados coletados em torno de encontro diário envolvendo, ao longo de dois meses, técnicos e o próprio ministro da Saúde, jornalistas de diferen-

tes mídias, ensejando o aparecimento neste contexto de um determinado formato de observatório, inclusive de escuta social, cogerindo, segundo intercâmbios ali mesmos engendrados, os rastros de acompanhamento e de intervenção sobre a ação do vírus. De acordo com estas escolhas de procedimentos de gestão da crise, o Ministério da Saúde se distingue como lugar que serviu como referência central para expressar a presença do governo à frente de uma política-tentativa de combate ao vírus. Ao lado da exposição de técnicos e especialistas, o ministro, após demitido, dava ao fato uma construção discursiva, multi-institucional, destacando marcas de cooperação entre múltiplas forças. Deslocou-se para o terreno das ações associando-se às equipes de trabalho, tornando evidentes e valorizando as referências dos conhecimentos epidemiológicos empregados na luta contra a disseminação.

Esta política midiaticizou outros atores, pondo em “praça pública” também especialistas médicos – infectologistas, virologistas, epidemiologistas, etc. – que saíram das fronteiras dos consultórios e cujas marcas identitárias misturam-se com as de outros profissionais do campo de saúde, bem como de *experts* de outros campos. Engrossam condições de alargamento de uma modalidade de diálogo técnico-profissional segundo práticas de interpenetrações de conhecimentos, muitos dos quais funcionavam como referências colaterais que, se mantidas, poderiam ter sido úteis às políticas de combate ao coronavírus. O SUS, por muitos anos, esteve na mira de governantes interessados no seu desmonte ou na sua privatização, sob a alegação de se constituir um paquiderme no bojo das práticas de políticas sanitárias. Vem dos dois primeiros ministros, posteriormente demitidos – mesmo com formação distante do sanitarismo – reconhecimento deste modelo de prestação de saúde pública como agente central na interiorização de políticas de combate ao vírus no país.

3. Ação social midiaticizada

Nesta ação de multicolaboração exercitada por práticas sociais interpenetrantes, evidenciam-se práticas midiaticizantes ocupando papel relevante em tempos de crise, que vai

além de matriz sanitária, mas que se espalha sistemicamente no tecido social. No *front* direto da “exasperação do vírus”, as *media* se transformam em atores convergentes com as políticas sanitárias. As rotinas de sua programação são transformadas em dinâmicas de protagonismos nas quais jornalistas, produtores, etc. mostram a existência do vírus e de suas manifestações, colocando na cena midiática os atores do campo da saúde. Não só suas vozes são veiculadas, mas sua própria identidade através do “lugar de fala”, como assim foram reconhecidos os próprios especialistas da saúde, enfermagem, pacientes e operadores de outras práticas em convergência com o caso.

Da transformação das rotinas radiofônicas, televisivas, etc. resultam novas formas de conversação pública em contextos multi-institucionais nos quais se “caça” o vírus através de diálogos discursivos e argumentativos entre vários campos e especialistas que, talvez, jamais tiveram acesso às câmeras e microfones e outras modalidades comunicacionais. Redes sociais dão também imagem e voz à figura de especialistas diversos, e círculos de discussões são criados, redes de solidariedade transformam-se em canais de apoio, dando materialidade aos fundamentos do jornalismo cívico. Imagens não só relatam, mas atualizam, pela intervenção e irradiação pedagógica de especialistas, o combate ao coronavírus. É verdade que um exército imenso de população não tem seguido as orientações para se manter isolado, conforme as instituições sanitárias, aspecto que merece investigações mais conclusivas e que venham a ser capazes de detectar estas defasagens de sentidos entre apelos pró-isolamento e práticas de recusas, por parte de aglomerações crescentes de pessoas, em ambientes públicos. Mas não podemos desconhecer o fato segundo o qual milhares de brasileiros acompanharam emissões de diversas naturezas que deram voz a diferentes atores que, segundo “saberes próprios”, emitiram seus pontos de vista sobre a pandemia. Outras instituições, como escolas primárias, centros culturais, entidades associativas, etc., ampliaram e diversificaram suas rotinas programativas, introduzindo conteúdos sobre a Covid-19. Uma imensa produção de imaginários foi também visibilizada em estúdios de televisão, rádio e outras mídias, ampliando suas mensagens, enquanto espaços convertidos a problemáticas que iam além das rotinas midiáticas. Pode-se

dizer, de certa maneira, que muitas das mídias, por força da conjuntura, se viram transformadas em espaços de uma emergente conversação pedagógica.

Nestas condições de processos de midiaticização contínuos, diferentes mídias se transformavam. Ao mesmo tempo, na escola, na rua, na praça, no consultório, no posto de atendimentos, etc., desponta uma conformação “arquitetônica-comunicacional” que somente poderia se constituir em tempos de crise, ensejando que não só os especialistas, mas todos os tipos de atores sociais, de diferentes idades e procedências, pudessem construir, enunciativamente, o seu coronavírus. Mesmo nas periferias e circuitos culturais mais longínquos, práticas comunicacionais de origem popular adotavam a Covid-19 como temática de suas discursividades. Poetas e declamadores dos folhetos de cordel, autores dos antigos e novos *pliegos sueltos* (vendidos nas feiras populares), colocaram em circulação nos mercados constituídos por populações agrícolas folhetos relatando em forma de poesia o “coronavírus”, contendo instruções sobre o vírus e como combatê-lo. Muitos destes folhetos chamam a atenção para a natureza de alguns discursos enunciados, como aqueles que tratam o tema do corona segundo marcas de diferentes imaginários. Diferentes ramos de saberes e de conhecimentos se projetam sobre estes suportes de comunicação, como é o caso de enfermeira profissional, que mescla diferentes “contratos de leitura” para enunciar no contexto da cultura oral ou da literatura em versos construções discursivas sobre o coronavírus (Coronavírus em Cordel – Anna Karolynne, Poetisa e Enfermeira).

Se o vírus circula no tecido sociobiológico, construções sobre seu modo de ser são disputadas na conjugação e articulação de várias modalidades de discursos, envolvendo saberes sanitários, culturais, jurídicos e midiáticos, políticos, populares, etc. Possivelmente, um ato que chama a atenção para transformações que envolvem não só os meios, bem como sua performance no ambiente da midiaticização, interfere de outro modo no cenário da ocorrência do vírus. Trata-se do momento em que sites, jornais, rádios, TVs, de várias instituições jornalísticas – em formatos velhos e novos – resolvem assumir o trabalho de coleta e anúncio de ocorrências de casos de pessoas afetadas pelo vírus, diante do anúncio do Ministério da Saúde de não mais

fazer a divulgação diária do boletim de ocorrências. Tal recusa faz emergir um “consórcio midiático” em torno de uma ação distinta das suas rotinas, pela singularidade de uma iniciativa de caráter cooperativo, que chama a atenção para uma prática de interpenetração midiática. Ela evolui, ampliando seu espectro para além das fronteiras midiáticas. Verifica-se a adesão à sua dinâmica de outros sistemas, como o jurídico, através do Supremo Tribunal Federal, ao ordenar, em dia posterior ao anúncio midiático (09/06), que o Ministério da Saúde voltasse a fazer a divulgação de boletim sobre número de casos sobre a Covid-19, com base na metodologia empregada até antes da suspensão do boletim.

4. Discurso político: fundamentos de combate

Operando através de metodologias sobre as quais se apoiou desde o período da campanha das eleições de 2018 até os dias atuais, o discurso presidencial circulou em conflito com outros discursos, institucionais principalmente, dirigindo críticas aos meios jornalísticos e remetendo mensagens às redes sociais, especificamente aos seguidores, exortando palavras de ordem. Já no primeiro ano de governo, o presidente acelera seus ataques contra mídias jornalísticas e concentra nas redes digitais suas formas de comunicação com a sociedade. Tira de cena o porta-voz que houvera instituído. E, de redes e aplicativos a tiracolo, o presidente efetua, no contexto da crise do vírus, périplo pelas ruas, em busca do contato com seguidores, através de visita a lanchonetes, padarias, farmácias, sem observar prescrição sanitária de uso de máscara.

Também se desloca para praças – palcos de manifestação a seu favor – onde congratula-se com populares, não evitando aglomerações e sem fazer uso de equipamentos de prevenção ao vírus. Neste contexto, o presidente deixa-se fotografar abraçado com seguidores ou populares, e também profere declarações associadas com a temática do vírus, e de olho nas mídias velhas e novas, com as quais o seu Twitter está em contato permanente.

Circulando nas redes, a meta do presidente é, contudo, não perder o contato com as ruas, algo que parece possível, dian-

te dos possíveis efeitos do discurso de contenção enunciado pelas instâncias sanitárias. Mas não é apenas no espaço da rua que o presidente elege, ao lado das redes, possibilidades de momentos de combate ao discurso médico-sanitário e outros emitidos por diferentes instituições. Cria-se na entrada do palácio presidencial um ambiente reservado para jornalistas e seguidores. Estes últimos buscam momento para aplaudir e cumprimentar o presidente. E, no caso dos jornalistas, com quem mantém relações agressivas, dele captar alguma declaração, segundo vigilância imposta pelos seguranças.

4.1. Escalada de combate

No contexto de avanço do vírus, o presidente constrói a escalada do combate, abordando vários temas, segundo estratégias enunciativas descritas a seguir. Já nos primeiros dias de circulação do vírus, o presidente anuncia uma posição de denegação sobre o vírus e contrária à construção do apelo médico-sanitarista. Diante de jornalistas, alega não poder explicitá-la (embora fazendo) como desejaria, temendo efeitos da leitura das mídias: “A questão do Corona não é tudo isto que a mídia propaga [...]” (FSP, 10/03/2020); “O poder dado a este vírus, que se eu falar que está superdimensionado, vai dar manchete neste lixo chamado Folha de S. Paulo, entre jornais que ficam esperando uma palavra errada para atacar o governo. Não está atacando o governo. Está atacando o Brasil” (FSP, 15/03/2020). Dirige ataques ao campo sanitário, segundo comentário em que desqualifica, com emprego de ironia, a pessoa do secretário-geral da OMS: “O pessoal fala tanto de seguir a OMS... O diretor presidente da OMS não é médico, é a mesma coisa que falar aqui no Brasil {que o presidente da Caixa não fosse alguém da economia} aos meios televisivos, a exemplo dos jornais impressos, como a FSP, são explícitos e desqualificadores” (BBC Brasil, 23/04/2020). Suas avaliações também enunciam a posição antidiretrizes do Ministério da Saúde, sobre o isolamento: “O mal que teremos com o isolamento horizontal será muito maior do que o mal que teremos com o vírus” (FSP, 25/03/2020). E, segundo alusões não específicas, amplia os modos de avaliar as medidas de contenção: “Muita gente, para dar satisfação ao seu eleitorado, toma providências absurdas. Fechando shopping, tem

gente que quer fechar a igreja, que é o último refúgio das pessoas” (FSP, 26/03/2020).

Avalia o impacto do vírus designando-o como uma fantasia – ou pequena crise – atribuída à mídia: O coronavírus é “uma pequena crise que, no meu entender, muito mais fantasia a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propaga pelo mundo todo” (Terra, 10/03/2020). Trata-o como uma pequena enfermidade, que nomeia como gripezinha incapaz de produzir dissabores a si como ao seu governo: “Depois da fachada não vai ser uma gripezinha que vai me derrubar não, tá ok?” (Terra, 20/03/2020); explicita quem são seus adversários no contexto deste combate, por convergirem com o campo sanitário a respeito das medidas de isolamento social: “Brevemente, o povo saberá que foi enganado, né, por esses governadores e por grande parte da mídia nessa questão do coronavírus” (Terra, 22/03/2020).

Sem perder a mídia como alvo, coloca-se como lugar de autorreferência para avaliar efeitos do vírus: “Já pensou que prato feito para a imprensa se eu tivesse infectado. Não estou. É minha palavra. A minha palavra vale mais do que um pedaço de papel. Se algo porventura vier a acontecer comigo, você mexe com a economia e isso não é bom para o país. No caso do vírus vir para mim, e eu tiver sendo portador, não tenho problema nenhum em divulgar, eu não mentiria para o povo brasileiro. Mas não estou acometido. Acho que há uma informação, ingerência desproporcional na vida do ser humano” (BBR, 26/03/2020, 1º/04/2020). Dias depois, anuncia o “fim” do ciclo do coronavírus tematizando, pela primeira vez, sua associação à crise econômica: “Parece que está começando a ir embora a questão do vírus. Mas tá chegando e batendo forte o desemprego” (Terra, 12/04/2020). Ao demitir o ministro da Saúde, por divergir das orientações que ele segue, em convergência com a OMS, trava-se entre eles um diálogo que é publicizado pelos meios jornalísticos. “Você será responsável pelas consequências, pelas mortes, disse o ministro”. O presidente retruca: “Eu não, os governadores é que vão”. E, comentando o perfil do seu substituto, o ministro demissionário declara: “[...] é melhor que ele organize uma equipe que possa construir outro olhar e que isso possa ser feito com base também na ciência” (EM, 16/04/2020).

Uma semana após, interpelado por um jornalista sobre a elevação do número de casos de óbito, o presidente defende-se e adota outro tipo de denegação, ao dizer, de modo sarcástico: “Ah, ô cara, quem fala de... eu não sou coveiro, tá? Não sou coveiro” (Terra, 20/04/2020). Mesma reação repete-se e, diante de pergunta de jornalista sobre os casos de óbito em elevação, faz brincadeira com o próprio nome, ironizando a sorte e o destino dos mortos: “E daí? Lamento. Quer que eu faça o quê? Eu sou Messias, mas não faço milagre” (Terra, 28/04/2020). Aparentando maior conformismo com os índices de aumento de casos, profere discurso que naturaliza e, ao mesmo tempo, vulgariza a epidemia: “Essa é uma realidade, o vírus tá aí. Vamos ter que enfrentá-lo, mas enfrentar como homem, porra. Não como um moleque. Vamos enfrentar o vírus com realidade. É a vida, todos nós iremos morrer um dia” (Globo/G1, 20/04/2020).

Justifica a demissão do seu primeiro ministro da Saúde autodesignando-se como porta-voz do povo: “A visão minha é um pouco diferente do ministro Mandetta, que está focado em seu Ministério. Minha visão tem que ser mais ampla, dos riscos maiores. Eu tenho o dever de decidir, não posso me omitir, tenho que buscar aquilo que o povo que acreditou em mim quer” (Valor Econômico, 17/04/2020). Porém, o ministro demissionário, ao se despedir dos seus colegas de Ministério, reitera a defesa das teses de saberes em cooperação e cuja tônica impôs às políticas contra o avanço do vírus: “Este problema de demissão é insignificante. Nada tem significado que não seja na defesa da vida, do SUS e da ciência. Fiquem [ao se reportar aos seus auxiliares] nestes três pilares que deles vocês conquistarão tudo. A ciência é a luz, é o iluminismo. Apostar todas as suas energias através da ciência. Não tenham uma visão única e nem pensem dentro de uma caixinha” (FSP, 16/04/2020).

4.2. Quando dizer é fazer?

O dispositivo criado na entrada do palácio presidencial continua sendo o lugar onde o presidente, ao mesmo tempo que é homenageado pelos seguidores, agudiza seus ataques verbais aos jornalistas.

Estes continuam sendo alvo de críticas e ataques do presidente, segundo escalada verbal. O tom e os efeitos da enunciação de mensagem dirigida pelo presidente a jornalistas evocam ameaça que ultrapassaria as fronteiras linguísticas, pois ele faz uma ordenação cujo limite é a interrupção de qualquer mensagem por parte do jornalista interlocutor. Ao ser questionado por um repórter sobre mudanças na Polícia Federal, ordenou, violentamente, em tom injuntivo: “Cala a boca! Cala a boca!” (FSP, 10/05/2020). O retrucamento veio do próprio campo jornalístico, de um *ombudsman* de um jornal: “Não estamos em guerra e é preciso assegurar que o ‘cala a boca’ morreu e o seu fantasma não nos assusta”. É no contexto deste cenário, nos limites deste ambiente e segundo protocolos intempestivos, que se tornam mais tensas as formas de contato do presidente com as instituições midiáticas. Agrava o modo de responder pergunta de jornalista sobre a sua responsabilidade diante do grande número de mortes causadas pelo coronavírus, e afirma, em resposta: “A pergunta é tão idiota que não vou responder” (FSP, 29/04/2020). Pela tática de “contra-ataque verbal”, recusa-se a responder a pergunta.

Algo parecido com estes dois incidentes repete-se dias depois. Ao ser inquirido por um repórter sobre o mesmo assunto, retruca: “E daí? Lamento. Quer que eu faça o quê? Eu sou Messias, mas não faço milagre” (ESP, 28/04/2020). Desloca a tentativa de resposta à pergunta sobre a mesma questão desdenhando a figura dos governadores e prefeitos: “A imprensa tem que perguntar ao Dória por que mais gente está perdendo a vida em São Paulo. Não adianta a imprensa botar tudo na minha conta. A minha opinião não vale, o que vale são os decretos dos governadores e prefeitos” (FSP, 29/04/2020). Com a nomeação do segundo ministro da Saúde, ataca mais uma vez as diretrizes sobre o relaxamento. Mas, em resposta às pressões do presidente, o novo ministro da Saúde, recém por ele nomeado, reafirma as teses sanitárias. E manda lhe dizer que “ninguém está pensando em relaxar o isolamento. Neste momento ninguém está pensando em flexibilizar nada. Tem uma diretriz pronta, um ponto de partida, mas não dá para começar uma liberação social, quando você tem uma curva em franca ascendência” (El País, 30/04/2020).

4.3. “Eu sou o comandante”

Na estratégia de antagonizar posições de instâncias inseridas em cooperação e em convergência com as teses da contenção (como as da imprensa e do sanitarismo), o presidente interroga um dos seus alvos: “Saúde não é vida? Por que as academias estão fechadas?” (EM, 08/05/2020). Na sua escalada contra as medidas de contenção, anuncia que vai incluir academias de ginástica, salões de beleza e barbearias como serviços essenciais, alegando que as três atividades são fundamentais para a manutenção da saúde. À revelia do ministro da Saúde, o presidente emite decreto anunciando estas medidas, pegando-o de surpresa (ESP, 11/05/2020). Na véspera da queda do segundo ministro da Saúde o presidente anuncia, indiretamente, através de uma declaração, que a saída está por se consumir: “Se dependesse de mim, estava tudo aberto com isolamento vertical e ponto final. O Governo Federal nunca foi óbice [...]” (FSP, 14/05/2020). Ainda no mesmo dia, em outra mensagem, aponta causas e sugere dar um novo passo para afastar o ministro: “Estou exigindo a questão da cloroquina agora também. Se o Conselho Federal de Medicina decidir que pode usar cloroquina desde os primeiros sintomas, por que o Governo Federal, via ministro da Saúde, vai dizer que isso só em caso grave? Eu sou o comandante, presidente da república, para decidir quando chegar para qualquer ministro e falar o que está acontecendo. E a regra é essa, o norte é esse [...]. Eu não estou extrapolando nenhum ministro, nunca fiz isso, e nem interferindo em qualquer ministério, como nunca fiz. Agora votaram em mim para eu decidir. E essa decisão de cloroquina passa por mim [...] Tá tudo bem com o ministro da saúde [...]. Acredito no trabalho dele, mas esta questão vamos resolver” (Terra, 14/05/2020). Dias após, demissionário, o segundo ministro da Saúde, ao se despedir do cargo, faz alusão às divergências de concepções entre ele e o presidente, ratificando a importância de metodologias que valorizavam saberes em cooperação e os princípios da ciência: “[...] A missão da saúde é tripartite, envolve o MS, o CONAS, o CONASEM, a Secretaria de Saúde. Isto é uma coisa importante para se deixar claro. O Ministério da Saúde acha que essa relação é verdadeira e essencial para conduzir operações, tanto na parte estratégica quanto na

execução. Aqui agradeço os profissionais do SUS mais uma vez. Quando você vai na ponta e você vê o que é o dia a dia dessas pessoas, você se impressiona” (UOL, 15/05/2020).

5. Mensagem anônima prejudica testagens

Na transição do segundo para o terceiro ministro da Saúde, um convênio foi firmado entre a pasta e a Universidade Federal de Pelotas para realizar testagem sobre a ocorrência do coronavírus em vários municípios no norte e nordeste do Brasil. Pesquisadores, ao se deslocarem para o universo da pesquisa, viram-se impedidos de executá-la. Um dia antes de sua chegada ocorreu a veiculação de mensagem, via redes sociais, segundo a qual a população não deveria abrir suas portas para pessoas estranhas por se tratar de estelionatários que estariam aplicando golpes em residências de várias localidades da região. Os técnicos foram tolhidos e encaminhados para prestar inquéritos na polícia, seus equipamentos foram recolhidos, e, logo em seguida, pressionados a abandonar as localidades das testagens. Até hoje não se sabe a autoria da nota veiculada pelas redes conclamando a população a não ter contato com os pesquisadores. O vácuo de informação entre governo e a sociedade possibilita o ingresso e circulação de mensagem anônima em redes sociais, no lugar de uma outra cujo teor orientaria antecipadamente a população sobre a realização dos testes.

Sucessivas alterações nas ações do ministério demonstram o desmonte de sua política multi-institucional, de fundo sanitário e educativo. Além do afastamento de dois ministros, ao fracasso na construção do contato com a comunidade local, via a realização dos testes, soma-se o abandono de políticas comunicacionais compartilhadas inicialmente com a sociedade. Abandonam-se, em nome da logística, políticas construídas por diferentes sistemas sociais. Em nome da adoção de ações voltadas para reformular os protocolos de informações de interesse público (sobre a ocorrência de casos do coronavírus no país), tenta-se modificar metodologias de tratamento e circulação de dados sobre a disseminação do vírus. Mas, face à reação de setores da sociedade, preocupados com a possibilidade de mani-

pulação dos dados sobre a ocorrência de casos, decisão tomada pelo Supremo Tribunal Federal determina que procedimentos até então vigentes voltassem a ser empregados. Efeitos deste ‘desvio’ não foram maiores porque um ‘consórcio de mídia’ passou a se ocupar da produção e veiculação diária de informação pública sobre os dados, algo que se mantém até hoje, quinto mês de registros sobre o vírus.

6. Conclusões

No fim deste breve percurso descritivo-analítico, chamamos a atenção para o fato de que a Covid-19 realiza várias espécies de trajetórias das quais se ocupam vários níveis de observação e de produção de discursos. O primeiro nível refere-se à produção de modelos epistemológicos cujas referências subsidiam orientações e níveis de aplicação de procedimentos, por parte do próprio campo da saúde. Como segundo nível observacional, destacam-se instâncias de mediação de sistemas, como sanitário, midiático, educativo, jurídico, etc., que operam como produtores de relatos oferecendo inteligibilidades que põem em circulação conhecimentos, funcionando como espécies de “leitores-mediadores” (como é o caso das *media*) das referências engendradas pelo primeiro nível, e que se voltam para o tecido social mais amplo.

Um terceiro nível de observação seria atribuído ao trabalho observacional do campo acadêmico sobre as estratégias que vinculam, em termos analíticos e interpretativos, as referências produzidas pelos dois níveis anteriores.

Situamo-nos neste nível de observação, ao propor estudar as operações de sentidos que tratam de descrever as trajetórias do vírus através de estratégias discursivas que são postas em ato por cada um destes sistemas, mas também pelas interpenetrações entre eles. Isso significa dizer que examinamos o trabalho destes sistemas, enquanto conjunto de ‘sistemas-produtores <> leitores’ que procuram nomear a existência da Covid-19, segundo matrizes que se contatam via práticas discursivas. Este processo de observação poderia ser complexificado, contemplando-se, por exemplo, observações sobre discursos enuncia-

dos pelos atores sociais, enquanto integrantes de coletivos que constituem o amplo tecido social. Não tendo sido objeto deste trabalho, vale, contudo, lembrar que falas que emergem dos atores sociais afloraram em alguns discursos que são produzidos por enunciações de outros sistemas, conforme aqui analisados.

Elas são recuperadas pelos processos observacionais a partir da extração de enunciações de discursos proferidos pelos diferentes sistemas e dos quais recuperamos a ‘ascensão tentativa’ da fala de atores sociais. Esta aparece na arquitetura interpenetrante de discursos sobre o coronavírus, particularmente aqueles enunciados pelo sistema político. Em algum momento, ele trata os atores sociais como coletivos não especificados, a quem remete discursos argumentativos visando persuadi-los, etc. Noutros, nomeia-os como ‘fiscais do presidente’ exortando-os para ações de inspeção dos serviços de saúde, como hospitais. Porém, são palavras de exortação, cujas alocações não abrem espaço para acolher, enquanto escuta, demandas e pedidos vindos da própria voz dos atores.

Se o corona faz suas trajetórias “rastreadas” pelos discursos sociais, trajetórias de discursos são afetadas por embates institucionais, simbólicos, etc., mas também por interrupções de caráter interacional, circunstâncias em que manifestam registros sobre recusas da sociedade em desenvolver caminhadas em convergência com as lógicas e ótica do ‘discurso de combate’. Uma voz-tentativa emerge no âmbito do dispositivo no qual apenas seguidores teriam acesso ao presidente, para um ritual de cumprimento e de saudação ao comandante. Escapando da vigilância do “Cercadinho do Palácio”, uma ex-militante de movimento bolsonarista busca o contato face a face com o presidente e, perante o espanto de seguranças e admiradores, dirige-lhe a mensagem: “Eu estou aqui fazendo cartazinhos só com números para o senhor ver. Por que não são 38 mil de estatísticas, são 38 mil famílias que estão morrendo nesse momento. São 38 mil pessoas que estão chorando, diz a mulher. Eu vim aqui de todo coração. Eu sinto que o senhor traiu a população. A população morrendo e o senhor me ignorando. [...]” (YouTubenoticias, 10/06/2020). Guardando distância da mulher, o presidente sinaliza a tensão produzida pela natureza do contato enquanto acontecimento distinto das efemérides de saudações dos segui-

dores. E, em resposta, não só anuncia sua recusa ao pedido de interação, como enuncia de modo injuntivo a sua não realização, ao ordenar a saída da mulher do enquadre interacional por ela tentado. “Se você queria falar, saia daqui, que você foi ouvida. Sobre seu governador. Saia daqui” (Yahoo Notícias, 10/06/2020).

Neste cenário em que a Covid-19 se espraia, a racionalidade do discurso político sofre desafio e revés. De um lado, o convite para se deslocar para outro contexto relacional. De outro, da parte do presidente, a recusa da interação ao convidá-la para seguir adiante em outra rota, pois ele permanecerá naquela em que circula o “discurso de combate”. O discurso político renuncia a interpenetrações com discursividades, uma vez que os postulados do seu funcionamento não contemplam outras tentativas de interações.

O presidente recusa-se a seguir os seus coletivos, segundo a escuta de um discurso cujos efeitos o remeteriam para um outro enquadre de compreensão, para além dos presumíveis efeitos do seu discurso combatente. Ao ser interpelado pela mulher que, emergindo de seus coletivos, cobra dele um outro protagonismo para compreender de outra forma o desenrolar das trajetórias do vírus, o presidente recusa-se, anunciando que ali permaneceria, juntamente com aqueles com quem manteria as trajetórias de combate.

Ao se colocar como alguém que delega, o presidente incita seus pares a uma missão, cujo efeito de delegação os expõe à situação de conflagração. Emerge uma prática que põe os atores mais em situações de combate do que em situações de diálogo, conversação ou compreensão. Parece ser problemática a circunstância pela qual delega a seguidores uma ação fiscalizatória revestida pelos ingredientes e motivações que emanam da racionalidade sugerida exclusivamente pelo próprio líder.

No encontro tentativo entre a militante e o presidente, temos um outro enquadre comunicacional, no qual alguém que emerge no contexto dos coletivos convida o presidente a um outro empreendimento de escuta, cuja prática retira o “homem ordinário” do papel fiscalizatório, como ventilara o presidente ao exortar seus seguidores a fiscalizar hospitais. Também retiraria o presidente da condição de fiscalizador das práticas sociais, ao ser convidado para um protocolo que lhe possibilitaria de-

envolver outros processos observacionais que lhe ensejariam outra compreensão do coronavírus, para além dos pressupostos dos discursos de combate.

Referências

- BOURDIEU, Pierre. *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1994.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Comunicação e mídia impressa: estudo sobre a AIDS*. São Paulo: Ed. Hacker, 1999.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica da midiatização”. *Matrizes*, São Paulo, n. 2, p. 89-105, 2008.
- FAUSTO NETO, A.; MOUCHON, J.; VERÓN, E. *Midiatização presidencial: corpos, relatos, resistências*. São Caetano, SP: Editora Difusão, 2012.
- FAUSTO NETO, A. Pisando no solo da midiatização. In: SAAGUA, João; CÁDIMA RUI, Francisco (org.). *Comunicação e linguagem: novas convergências*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, FCSH, 2015. p. 235-254.
- FAUSTO NETO, A. Da convergência/divergência à interpenetração. In: MIÉGE et al. (org.). *Operações de midiatização: das máscaras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo*. Santa Maria: UFSM, 2016. p. 53-80.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: UNISINOS, 2017.
- LUHMANN, Niklas. *Introdução à teoria dos sistemas*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- LUHMANN, Niklas. *Sistemas sociais: esboço de uma teoria geral*. Petrópolis: Vozes, 2016.
- LUHMANN, Niklas. *Teoria dos sistemas na prática*. v. 1 e 2. Petrópolis: Vozes, 2015.
- PARSONS, Talcott. *Structure of social action*. Glencoe: Free Press, 1968.
- RODRIGUES, Adriano D. *Experiência, modernidade e campos dos media*. Lisboa: UNL, 1999. (BOCC).
- VERÓN, Eliseo. *La sida, une maladie d’actualité*. Paris: Causa Rerum, 1993.

VERÓN, Eliseo. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera: Humanidades-Tecnologías*, Madrid: Universidad Carlos III de Madrid, Instituto de Humanidades y Comunicación "Miguel de Unamuno", n. 2, p. 5-36, 1994.

VERÓN, Eliseo; BOUTAUD, J. J. *Sémiotique ouverte*. Paris: Hermes, 2007.

VERÓN, Eliseo. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2009.

PARTE III
POLARIZAÇÕES

Contribuição complementar à reflexão iniciada no Seminário sobre a midiatização¹

Complementary contribution to the discussion begun at the Seminary on mediatization

Bernard Miège²

RESUMO: O capítulo aborda perspectivas sobre a midiatização, em continuidade a um debate iniciado em interlocuções no projeto da Escola de Altos Estudos e, posteriormente, do próprio Seminário Midiatização, que resultou em livros publicados (Miège et alii, 2016; e Ferreira et alii, 2019), com a minha contribuição. O núcleo dessas reflexões: o que há de específico na minha abordagem da midiatização (que pode ser qualificada como sociossimbólica), e que ela se diferencia fundamentalmente, e não apenas metodologicamente, da abordagem semioantropológica desenvolvida aqui na Unisinos, podendo se articular, se confrontar e sob certas condições se complementar para com ela. E recordarei o quanto a referência à midiatização é fonte de confusão, pois tanto entre os profissionais como entre os acadêmicos devemos distinguir pelo menos quatro sentidos diferentes. A partir dessas distinções, apresento inferências sobre as relações entre midiatização, incivilidade e intolerância.

PALAVRAS-CHAVE: Midiatização. Mediações. Tecnologias de informação e comunicação. Intolerância. Incivilidade.

ABSTRACT: The chapter discusses perspectives on mediatization, taking up a debate begun at the School of Higher Studies and then

1 Tradução: Paula de Souza Paes.

2 Professor Emérito – GRESEC, Universidade Grenoble Alpes. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1704-0773>. E-mail: bernard.miege@gmail.com.

continued at the Seminar on Mediatization itself, which resulted in the publication of books (Miège et alii, 2016 and Ferreira et alii, 2019) with contributions of mine. The core of these reflections contains the specific elements of my approach to mediatization (which might be called socio-symbolic), which differs fundamentally, and not only methodologically, from the semio-anthropological approach developed here at Unisinos and may be articulated with it, confronted with it and, under certain conditions, be complementary to it. I remind that the reference to mediatization is a source of confusion, since both among professionals and scholars we must distinguish at least four different meanings of the term. Based on these distinctions, I propose inferences about the relations between mediatization, incivility and intolerance.

KEYWORDS: Mediatization. Mediations. Information and communication technologies. Intolerance. Incivility.

1. Introdução

Se devo expressar minha satisfação e meu interesse intelectual em participar deste 3º Seminário, tendo sido os dois anteriores ricos para mim em ensinamentos e contatos, e se eu só tenho que agradecer aos organizadores por me chamarem novamente para fazer esta introdução, não posso esconder o constrangimento que tive na hora de preparar esta contribuição. Minha contribuição anterior é bastante recente (cujo texto data na verdade de 2017) e já foi tema de duas publicações, primeiro em português (MIÈGE, 2018), depois em inglês (MIÈGE, 2019), e realmente me perguntei o que eu teria para fazer uma nova apresentação, até porque não sou um especialista na temática escolhida – tornei-me um especialista no âmbito dos meus trabalhos sobre o desenvolvimento das técnicas de informação e da comunicação – e não tentarei convencê-los do contrário. Além disso, minha contribuição anterior no Simpósio da Unisinos já foi uma ... atualização de uma primeira abordagem sobre a mediatização datada de 2007, mas isso não é inoportuno porque a produção de conhecimento científico procede muitas vezes por sucessivos acréscimos; este é, pelo menos, meu jeito mais frequente de fazer. Além disso, eu só poderia propor uma apresen-

tação temporizada, ou seja, um olhar fundamentado e interrogativo sobre os temas selecionados, e isto do ponto de vista das ciências da comunicação.

Nesta introdução, preciso lembrar o que há de específico na minha abordagem da midiatização (que pode ser qualificada como sociossimbólica), e que ela se diferencia fundamentalmente, e não apenas metodologicamente, da abordagem semioantropológica desenvolvida aqui na Unisinos, podendo se articular, se confrontar e sob certas condições se complementar para com ela. E recordarei o quanto a referência à midiatização é fonte de confusão, pois tanto entre os profissionais como entre os acadêmicos devemos distinguir pelo menos quatro sentidos diferentes. Em um primeiro sentido, a midiatização se opõe à mediação e visa a identificar os fenômenos mediados por intermédio não das numerosas instâncias de mediação social, mas por intermédio de mídias no sentido específico do conceito ou, cada vez mais, por meio de técnicas de informação e comunicação, formando uma categoria indevidamente chamada de não mídias.

Num segundo sentido, o que se leva em conta é a ação da midiatização de conteúdos, ou seja, o fato de que os conteúdos (por exemplo, cursos de ensino superior, ofertas culturais ou informações esportivas) são colocados online ou inscritos em suportes, geralmente após a atuação de especialistas (designers, realizadores multimídia, etc.); e, ao contrário de uma representação comum do pensamento computacional, isso nada tem a ver com uma transposição quase automática ligada ao uso de ferramentas e softwares (= aplicativos) agora disponíveis. Num terceiro sentido, procuramos levar em conta tudo o que, nas relações interindividuais e mesmo intragrupoais ou intraorganizacionais, ocorre quando uma técnica se torna essencialmente digital ou, melhor ainda, um dispositivo sociotécnico intervém entre eu e eu, o eu e nós, e o nós e nós; a abordagem aqui é principalmente psicossociológica ou microssociológica e busca identificar as modificações dos próprios atos de comunicação, sejam eles baseados na linguagem ou não. Em um quarto sentido, o que se tenta avaliar é a importância da informação divulgada e compartilhada (quantitativa e qualitativamente); a midiatização se refere aqui à expansão e à multiplicação das modalidades de informação nas sociedades contemporâneas, mas com a preocu-

pação de compreender as relações entre os participantes, e não apenas a recepção, e a relação com os receptores.

O qualificativo de mediação é, portanto, profundamente ambíguo e, por consequência, sua conceituação é necessariamente complexa; é impossível limitar-se ao próprio conceito *per se*, mas, para compreendê-lo, é necessário relacioná-lo com outros conceitos como: informatização, mercantilização, individualização das práticas, conexão em rede, tecnicização, digitalização (objeto das minhas pesquisas atuais e que estará, portanto, no centro desta contribuição), e “superação/extensão” das mídias tradicionais.

É somente sob esse ponto de vista, com essas perspectivas, e não diretamente, sem “enquadramento” dos fenômenos da mediação, e me projetando apenas no futuro, que posso me questionar sobre as questões levantadas por este Seminário focado nas intolerâncias e incivildades (em relação ao avanço das redes sociais digitais). Embora eu não questione os fatos observados, nem mesmo seu surgimento às vezes brutal e muitas vezes imprevisível, devo apontar a partir deste longo preâmbulo que eles:

- Prolongam fenômenos anteriores (como aqueles previamente analisados por psicossociólogos com a chamada teoria dos rumores);
- Não justificam a retomada de uma abordagem trivial, e há muito criticada, a dos efeitos supostos das mídias, sendo que as mídias e em particular as redes sociais digitais como dispositivos sociotécnicos são objeto de uma construção social (cf. § 1);
- E não podem ser pensados como radicalmente novos (o que é raramente a característica dos fenômenos sociais e societais, como estão convencidos inclusive a maioria dos pesquisadores em ciências humanas e sociais).

Por fim, se me permitirem citar a conclusão de um estudo realizado para a Unesco:

A literatura examinada (= 550 estudos de 2012 a 2016) [...] não fornece provas decisivas da existência de uma relação direta entre as especificidades

das mídias sociais e manifestações da radicalização violenta (mas isso pode ser estendido ao cyber-assédio e a notícias falsas, etc. BM) entre os jovens [...] Em vez de provocar comportamentos violentos ou ser a causa deles, a Internet e, mais precisamente, as mídias sociais desempenham o papel de intermediários no âmbito de processos maiores de radicalização violenta [...] na medida em que facilitam o acesso a conteúdos, contatos e comportamentos [...] A radicalização violenta [...] não pode ser reduzida ao acesso à Internet, mas envolve geralmente vários processos complexos, notadamente processos sociopsicológicos complexos e uma comunicação de pessoa a pessoa em relação a outros fatores: sentimentos de injustiça, exclusão, anomia, privação [...] (Alava, Frau-Meigs e Hassan, em colaboração com Hussein e Wei, 2018).

Sem dúvida, uma revisão de estudos não pode ser colocada no mesmo nível de uma pesquisa, com base em uma metodologia adequada e reconhecida; mas, na atual agitação dos discursos de especialistas, tecnólogos e publicistas sobre a digitalização da informação-comunicação, as conclusões deste estudo internacional mereciam ser apresentadas.

Portanto, é melhor manter uma certa distância e não colocar “a cabeça no guidão³” desde o início. Daí a minha insistência nas três afirmações seguintes (que podem, aliás, ser consideradas como teses), que me parece imprescindível levar em consideração, a partir do momento em que procuramos avaliar o que está em jogo na digitalização das sociedades contemporâneas, neste caso certas tendências que afetam, atualmente, a midiatização:

3 Nota da tradutora: A expressão é uma metáfora que corresponde à imagem de uma pessoa em pleno esforço, encurvada na bicicleta, que não consegue pensar em mais nada.

2. As técnicas digitais são dispositivos sociotécnicos e são o objeto de uma construção social

Aos autores, notadamente aos tecnólogos que agem como se a dita revolução digital fosse o ponto de partida de práticas e argumentos irredutíveis, marcados apenas pela novidade e imprevisibilidade, é oportuno contrapor uma análise baseada nas metodologias das ciências humanas e sociais, e enfatizar os seguintes elementos que só posso citar aqui, sem fazer uma análise detalhada.

O fato é que esta revolução anunciada segue um período bastante longo iniciado pelas técnicas de informação e comunicação (as TIC) então analógicas, e ela estende essas mesmas técnicas, desenvolvendo-as e até mesmo multiplicando-as; mas os fundamentos teóricos e científicos sobre os quais ela se baseia eram conhecidos amplamente já nas últimas duas a três décadas do século anterior; se concordamos em estabelecer as premissas da virada digital nos primeiros anos do presente século e mesmo alguns anos antes, que foram marcados por uma rápida expansão de empresas especializadas na busca de informação e as redes sociais-digitais designadas atualmente como as *Big Five*, seria prematuro considerar a revolução digital como efetiva e ainda menos como concluída; ela está em andamento e começa inclusive a dar lugar a realizações na área da inteligência artificial. Em todo caso, o que caracteriza sobretudo as técnicas digitais durante as primeiras duas décadas do século XXI é uma forte expansão dos mercados conquistados pelos conglomerados americanos (hoje em processo de competição com seus homólogos chineses), fortemente apoiada pelo movimento de financeirização (especialmente com a Nasdaq). Esses mercados, resultantes de uma pluralidade de inovações de produtos, ainda não estão generalizados em todo o planeta; eles permanecem bastante diversificados, se não heterogêneos. Desse processo em andamento, já podemos tirar várias conclusões e em particular aquelas diretamente relacionadas às questões aqui consideradas:

- as modalidades pelas quais as diferentes técnicas agora digitais se enraízam nas sociedades não podem ser totalmente diferentes do que se iniciou

com as TIC analógicas; elas se posicionam em sua continuidade. Este é um saber científico importante que torna obsoletos muitos argumentos triviais e percepções recorrentes.

- os dispositivos técnicos oferecidos não estão alheios às práticas informacionais, culturais e comunicacionais, mas incorporam elementos aos produtos oferecidos; portanto, eles se mostram em correspondência, oposição ou distorção em relação às práticas das sociedades-receptoras; e isso é ainda mais observável no caso em que as novas técnicas digitais não substituem as técnicas anteriores (por exemplo, rádio ou televisão), mas tomam o lugar das velhas práticas sociais (como as redes sociais-digitais que estendem as relações interindividuais de proximidade).
- a construção dos usos sociais dos novos dispositivos é baseada necessariamente em competências adquiridas, sejam elas culturais, informacionais ou educacionais; ela não pode ser separada dessas competências, como acontecia anteriormente com as técnicas analógicas ou com as mídias “históricas”. *A priori* as técnicas digitais não oferecem mais facilidades ou atalhos que as anteriores, contrariando opiniões frequentes.

Portanto, a construção social das técnicas atualmente digitais envolve processos diversos e complexos que a pesquisa não pode negligenciar. Não apenas estamos na presença de uma pluralidade de inovações de produtos em curso de realização, mas elas variam muito significativamente de acordo com os países e dentro deles. Portanto, é preferível falar de processos de inovações plurais em curso. Entre outras caracterizações da (grande) diferenciação das ancoragens sociais das ferramentas digitais, daremos quatro exemplos:

- Dependendo do país, a taxa de equipamentos em microcomputação ou telefonia móvel é variável, porque a distribuição da telefonia móvel foi mais tardia ou por razões econômicas (os consumidores

não têm recursos para pagar por um duplo equipamento) ou devido ao uso de aparelhos consertados; portanto, as práticas digitais não são comparáveis; os usos “complementares” não podem ser colocados no mesmo plano dos usos únicos;

- Se o consumo de produtos digitalizados ou por meio de técnicas digitais experimenta progressos, ainda assim ele é muito diferenciado social e culturalmente; inclusive nos países dominantes, onde são mantidas fortes e mesmo muito fortes desigualdades de acesso e uso, de modo que estamos na presença de informações-ricas e informações-pobres, e até de categorias sociais, totalmente indefesas diante da tecnologia digital.

A dinâmica do mercado, facilitada pela fragilidade e mesmo pela ausência de regulações públicas, conduz de fato a uma diversidade de situações estruturalmente diferenciadas onde a supressão dos atrasos e das diferenças é uma perspectiva improvável e assemelha-se a uma corrida onde os concorrentes não apenas não começam na mesma linha, mas sobretudo dispõem de recursos e condições distribuídos de maneira muito desigual. Assim, o projeto de redução da suposta “fratura digital”, que está no cerne das estratégias das organizações internacionais, é um mito (impossível de concretizar) para aqueles que estão pouco ou mal equipados, ou com pouca ou nenhuma formação;

- A conexão em redes sociais-digitais leva muitas vezes a resultados surpreendentes cuja interpretação não é automática. Assim, a conexão ao Facebook atinge taxas mais elevadas nas principais cidades da Tunísia do que as observadas nas cidades europeias do outro lado do Mediterrâneo. Para além do fato de que os dados divulgados vêm dos próprios divulgadores e necessitariam de verificação, é verossímil que a comparação não volte o olhar para as mesmas práticas, com uma RSN “garantindo” aos usuários tunisianos acesso fácil e imediato a

- informações de toda natureza e também às comunicações interpessoais, fora de qualquer controle público; pelo menos é assim que eles se sentem;
- A forte concorrência feita à informação da imprensa pelas mídias sociais. Muitos observadores entendem que as redes sociais-digitais, e, indo além, o que hoje é designado como mídias sociais, estão em processo de substituição das mídias de informação “históricas”, em particular a imprensa informativa. A individualização do acesso à informação possibilitada pelas técnicas digitais tornaria as mídias impressas obsoletas e as condenaria a uma curta vigência. Ora, tal avaliação, que hoje é mais ou menos senso comum, não leva em conta as evoluções diferenciadas das relações entre essas duas categorias de mídias. Em todo caso, ela não se aplica igualmente a todas as categorias da imprensa escrita, e se é verdade que a imprensa escrita diária experimenta quedas nas vendas em quase toda parte no mundo, por vezes significativas, em primeiro lugar, esta tendência não é recente e havia começado muito antes dos avanços das técnicas digitais; em segundo lugar, as mídias sociais se baseiam nas produções da mídia impressa para se promover sem consentir com uma remuneração justa pelos “empréstimos” redacionais assim efetuados; e, em terceiro lugar, tendências semelhantes não podem ser constatadas nas revistas. Em outras palavras, a relação entre mídias escritas e mídias digitais justificaria uma análise aprofundada das respectivas estratégias; e isso vale também para outras indústrias culturais e informacionais (cf. MIÈGE, 2017). Seria evidentemente interessante proceder a uma análise detalhada desses quatro exemplos, o que não é possível no âmbito deste artigo, sendo o objetivo aqui insistir na necessária ancoragem das técnicas digitais nas sociedades contemporâneas, em continuidade ao processo previamente identificado com as TIC analógicas.

3. A temporalidade da mediatização = entre tempo curto e tempo longo

As ferramentas digitais se inscrevem na continuidade das TIC. Isso é particularmente observável se nos posicionarmos em um tempo longo, que permite colocar em evidência ao mesmo tempo as descontinuidades, as substituições e as continuidades (estas últimas raramente levadas em consideração).

E, ao fazê-lo, podemos avaliar as mutações (e não as revoluções) operadas, entre as quais destacaremos a multiplicação das trocas interindividuais à distância que serão creditadas às redes sociais-digitais, vendo-se as trocas presenciais completadas/substituídas por trocas remotas acessíveis em permanência por um conjunto de “amigos” que anteriormente não eram solicitados e envolvidos.

A comunicação interindividual muda, portanto, de dimensão e é mais difícil dominá-la por aqueles que estão na origem dela: assim, para os *tweets* (os tomadores de decisões políticas e econômicas, e mesmo atletas e artistas são, portanto, obrigados a recorrer a especialistas para gerenciar suas comunicações) e até mesmo para mensagens acompanhadas de fotos. A novidade está na expansão quantitativa e geográfica dos destinatários das mensagens, mas também na obrigação de controlar os rastros deixados na maioria das vezes contra sua própria vontade.

A contrario, podemos entender melhor a “permanência”, como já foi indicada, de algumas grandes mídias ou das indústrias culturais (música gravada, cinema, etc.); o “antigo sistema” é retomado, e não substituído como querem *a priori* as normas da economia digital favoráveis às produções de amadores e às trocas diretas entre produtores e consumidores (cf. *peer to peer*).

Esses fenômenos são conhecidos por nós, porque eles dizem respeito atualmente a cada um de nós em nossa vida cotidiana. Mas o que não percebemos, ou mal percebemos, é que eles são a tradução de uma tendência mais fundamental: a industrialização da informação-comunicação (para mais detalhes sobre a articulação entre informação e comunicação: Miège, 2015).

Iniciada desde o final do século XIX e ampliada ao longo do século XX, ela conhece desde então um impulso decisivo

que deve ser levado em consideração. E, nesta fase da minha argumentação, parece-me necessário destacar as duas formas principais que, com o desenvolvimento das técnicas digitais, este processo bastante específico assume, e que consiste efetivamente na industrialização de atividades que, há pouco tempo, não imaginaríamos que tomariam esta orientação: em que consistem essas duas formas principais?

- o posicionamento privilegiado dos gigantes digitais (e muitas outras empresas menos importantes que os acompanham) na fase de *intermediação*, esta entendida como o lugar (no ciclo do valor dos produtos) onde esses novos intermediários, longe de venderem apenas serviços que estabelecem uma relação, orientam o consumo cada vez mais individualizado, levando os próprios consumidores a participar dos atos de compra, respeitando sua liberdade de comprador, deixando na sombra todas as estratégias de influência e promoção e prometendo uma redução dos custos de transação.
- A *midiatização das ações infocomunicacionais* (aquelas em que o indivíduo conectado participa nas diferentes redes sociais-digitais), e especificamente *das mediações* que podem ser qualificadas como *organizadas* (por iniciativa, por exemplo, de instituições educativas, centros de ação cultural, bem como organizações sociais e administrativas), mas não apenas, porque as técnicas digitais permitem que *novos coletivos* se formem e funcionem, pontualmente e até de forma duradoura. Muitas vezes confundidas, porque de fato se encontram em desordem, e desorganizadas pelo dinamismo e onipresença das grandes redes sociais-digitais, essas duas formas dizem respeito a práticas sociais que devem ser diferenciadas. Elas são formalizadas no diagrama abaixo.

Não deixaremos de acrescentar que na economia digital o essencial, isto é, o que marca o “movimento” em profundidade,

o organiza e garante o seu progresso, reside hoje na intermediação e, portanto, no funcionamento das plataformas.

4. Interessar-se prioritariamente pelo par dados massivos/algoritmos

O que sabemos sobre os *Big Data*, ou mais exatamente o que pressentimos deles, é que eles operam sem nosso conhecimento e em sigilo dos “*affaires*” (no duplo sentido da palavra *affaires*, o sentido relacionado ao comércio e o sentido relativo a acontecimentos públicos), exceto quando vazamentos feitos por denunciantes [“*lanceurs d’alerte*” no texto original] ou revelações resultantes de investigações realizadas pela imprensa conduzidas com paciência conseguem publicar aspectos geralmente parciais, contribuindo assim para o fortalecimento da forte convicção de que o que está em jogo é, sobretudo, a violação dos direitos humanos e da *privacy*.

Ora, ao focar no indivíduo e em particular na sua atividade de consumidor e ao ocultar a dimensão social, os dados massivos deixam, por um lado, de levar em conta o trabalho e a atividade dos trabalhadores, mas também participam, por outro lado, da expropriação do comum na vida em sociedade. Os dados massivos estão longe de serem representativos do funcionamento das sociedades; eles estão no centro de um processo de substituição das atividades dos trabalhadores-cidadãos para produzir conhecimentos beneficiando as empresas e as grandes organizações, e apenas elas, ao contrário de uma percepção generalizada de que elas poderiam resultar em bons conhecimentos.

Com a ajuda dos dados massivos aos quais eles têm acesso, e que consistem sucessivamente em visualizações, links, *likes* e rastros, os algoritmos operam toda uma série de escolhas que coexistem e se misturam, mas que é importante distinguir conceitualmente e expressar/traduzir sucessivamente, como bem mostrou Dominique Cardon (2015):

- a imprecisa popularidade dos cliques;
- a autoridade dos merecedores;
- a fábrica da reputação;
- e a previsão pelos rastros.

Com isso, a razão calculista se substitui pela racionalidade profissional ou social suposta, com a multiplicação de “teorizações” revisáveis, não contextualizadas, não públicas, e resultantes do tratamento apenas de dados disponíveis para empresas e grandes agências públicas. Disso resulta que o par algoritmo/dados está no cerne das novas midiatizações, no sigilo comercial, exceto quando o véu é levantado, por exemplo, por denunciante, o que ainda é muito excepcional.

Daí se justificam novas prioridades para a pesquisa no âmbito da informação-comunicação e, em particular, a atualização das estratégias empresariais atualmente em curso que não estão abertamente expostas. O desafio é grande e as dificuldades metodológicas consideráveis. Mas o trabalho está em andamento e os “resultados” já foram publicados, principalmente em revistas anglo-saxãs e agora francófonas.

Figura 1: Diagrama sobre as “novas” midiatizações



Fonte: Autor.

5. E para concluir...

Muitos outros elementos teriam que ser apresentados para contribuir para o conhecimento da “nova” midiatização, mas me limitei ao que me parecia essencial para completar a análise que proponho da midiatização, a saber *as três afirmações acima*, mas eu poderia trazer outros esclarecimentos, em particular sobre o que é uma mídia hoje (sobre essa questão,

podemos nos referir à obra organizada pelo meu colega Benoît Lafon (2019). Se me concentrei em interrogações que me parecem centrais, do ponto de vista da perspectiva científica que, ao meu ver, deve ser privilegiada, devo admitir que elas estão relacionadas de forma heurística a interrogações de ordem socioantropológica, que geralmente são formuladas a propósito/por ocasião do surgimento das técnicas digitais, sem estar, entretanto, inteiramente correlacionadas com esse surgimento, e isso em duas direções principais, levando a observar o aparecimento 1° de um novo ethos (novos modos de ser, novos estilos, etc.) bem como 2° de novas retóricas, estas acompanhando a reconfiguração em curso dos dispositivos técnicos dominantes até agora, e especialmente a televisão (que está se afastando cada vez mais do modelo de televisão generalista de massa). Essas interrogações enfatizam as dimensões que se tornam efetivamente essenciais: a cultura da imagem, a velocidade, a vigilância, a performance e levam também a modificar sensivelmente o que se pode designar como o sentido do coletivo ou do comum. Elas se coordenam facilmente com as perspectivas abertas por mim, mas com a condição de não serem tratadas por si mesmas, como “valores” independentes do desenvolvimento técnico-industrial em curso nas sociedades contemporâneas.

Por fim, e talvez para me fazer melhor compreendido, não posso deixar de declarar meu total desacordo com as perspectivas enunciadas em uma recente convocação de artigos, escrita por dois palestrantes deste Seminário e publicada por iniciativa da revista canadense *Communiquer – revue de Communication sociale et publique*. Sob o título: “Acreditar na tecnologia: mediatização do futuro e futuro da mediatização”, podemos ler isto:

Entendida como uma parte do processo de construção comunicativa da realidade sociocultural atual de um mundo no qual a ciência conquistada pela inteligência artificial é superada pela religião, a mediatização do futuro, por um lado, aglutina temores de um apocalipse onde o controle tecnológico sobre a vida seria o sentido do futuro da humanidade e, por outro lado, desperta a esperança quase evan-

gética de uma percolação salutar da tecnologia no corpo humano e em seu ambiente, etc.

Tudo me opõe a este discurso, em que as ciências humanas e sociais, bem como os conhecimentos que elas produzem/são suscetíveis de produzir, são *de facto* completamente esvaziados, a favor de uma antecipação dos caminhos do futuro baseado em um moralismo de inspiração religiosa, que joga ao mesmo tempo com medos e crenças nas técnicas, e que deve ser comparada a teses pós e trans-humanistas. É muito provável que esse tipo de discurso não ajude a compreender os fenômenos de midiatização. Em todo caso, quero afirmar minha discordância com firmeza.

Referências

- BOUQUILLION, Philippe. *Les industries de la culture et de la communication: Les stratégies du capitalisme*. PUG, 2008.
- CARDON, Dominique. *A quoi rêvent les algorithmes? Nos vies à l'heure des big data*. Paris: Seuil, La République des idées, 2015.
- FERREIRA, Jairo; BRAGA, J. L.; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto; ROSA, Ana Paula (orgs.). *Between what we think and what we say: where is mediatization?* Santa Maria: FACOS-UFSM, 2019. v. 1. 388 p. Disponível em: <https://www.midiaticom.org/between-what-we-say-and-what-we-think-where-is-mediatization/>.
- LAFON, Benoît. *Médias et médiatisation: Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*. PUG, collection Communication en plus, 2019.
- MAKING Media – *Production, Practices and Professions*. Edited by Mark Deuze and Mirjam Prenger. Amsterdam University Press, 2018.
- MIÈGE, Bernard. *Contribution aux avancées de la connaissance en Information-Communication*. Bry sur Marne: INA Editions, 2015. (Col. Médias essais).
- MIÈGE, Bernard; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; BITTENCOURT, M. C. J. A. (orgs.). *Operações de midiatização: das máscaras da convergência às críticas ao tec-*

no-determinismo. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. v. 1. 346 p. Disponível em <https://www.midiaticom.org/operacoes-de-midiatizacao-miege/>

MIÈGE, Bernard. Présentation, *L'internationalisation de la culture, de l'information et de la communication II*. «L'internationalisation de la culture, de l'information et de la communication II : l'emprise progressive des industries de la communication sur les industries culturelles et créatives», *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° 18/3A, 2017. p. 5-10. Disponible em <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2017/supplementA/00-Miege/>

MIÈGE, Bernard. *La numérisation en cours de la société: Points de repère et enjeux*. Grenoble: PUG, à venir début 2020. (Collection Communication, Médias et Sociétés).

MIÈGE, Bernard. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Grenoble: PUG, 2017. (Collection Communication en plus).

THE POLITICAL Economies of Media – The transformation of the Global Media industries. *The Handbook of Political Economy of Communication*. Ed. by Dwayne Winseck and Dal Jong Jin. Bloomsbury, 2011.

Individuos, colectivos y polarización en la inestable situación generada por la mediatización y circulación contemporánea del sentido

Individuals, collectives and polarization in the unstable situation caused by mediatization and the contemporary circulation of meaning

Mario Carlón¹

RESUMEN: Este artículo revisa el rol de los individuos y su vínculo con los procesos de polarización en el pasaje de la sociedad de los medios masivos a la contemporánea. Según Eliseo Verón, “de los factores operantes en el meta-espacio social, el individualismo es sin dudas el principal responsable de la aceleración de la divergencia”. Ese era su rol en la sociedad mediática posmoderna. En actual sociedad hipermediatizada los individuos siguen siendo factores de la divergencia, pero además se polarizan. ¿Por qué se polarizan en las sociedades contemporáneas? La tesis que se presenta dice que la polarización contemporánea es complementaria del individualismo, que ya no es una elección sino un destino hipermediatizado. Y que una de las principales causas de la articulación es la *inestabilidad* permanente que establecen la mediatización y las nuevas condiciones de circulación del sentido.

PALABRAS-CLAVE: Circulación. Sentido. Polarización. Mediatización. Poder.

1 Professor e pesquisador da Universidade de Buenos Aires. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5303-1308>. E-mail: mariocarlon895@gmail.com.

ABSTRACT: This article reviews the role of individuals and their link with polarization processes in the transition from mass media society to the contemporary one. According to Eliseo Verón, “Among the factors operating in the social meta-space, individualism is undoubtedly the main responsible for accelerating divergence”. That was its role in postmodern media society. Today individuals are still factors of divergence, but they are polarized. Why are individuals polarized in contemporary societies? The thesis that is presented says that contemporary polarization is complementary to individualism, that it is no longer a choice but a hypermediated destiny. And that one of the main causes of articulation is the permanent instability established by mediatization and the new conditions for the circulation of meaning.

KEYWORDS: Circulation. Meaning. Polarization. Mediatization. Power.

RESUMO: Este artigo analisa o papel dos indivíduos e sua ligação com os processos de polarização na passagem da sociedade da mídia de massa para a contemporânea. Segundo Eliseo Verón, “dos fatores que operam no metaespaço social, o individualismo é sem dúvida responsável por acelerar as divergências”. Esse era seu papel na sociedade da mídia pós-moderna. Hoje, os indivíduos ainda são fatores de divergência, mas também são agrupados em coletivos polarizados. Por que coletivos e indivíduos são polarizados nas sociedades contemporâneas? A tese apresentada afirma que a polarização contemporânea é complementar ao individualismo, que não é mais uma escolha, mas um destino hipermediado. E que uma das principais causas de articulação é a permanente instabilidade estabelecida pela midiatização e as novas condições de circulação de sentido.

PALAVRAS-CHAVE: Circulação. Significado. Polarização. Midiatização. Poder.

Este artículo se ocupa de cómo se articulan mediatización, circulación y polarización en la sociedad contemporánea, en la que la mediatización y la circulación han sufrido grandes transformaciones. Se desarrolla en seis partes.

En la primera revisará la tesis posmoderna de Eliseo Verón sobre mediatización y circulación, que incluye como aspecto

relevante el diagnóstico de que la revolución individualista que caracteriza a una sociedad mediatizada trae como consecuencia una aceleración de la divergencia. En la segunda actualizaremos ese análisis a la luz del “Verón contemporáneo”, que insiste en el aumento de la divergencia, y nos interrogaremos sobre las características de la época. En la tercera revisaremos las tesis de la *cámara eco* y de la *personalización* vía algoritmos, que han sido utilizadas para explicar la *polarización* en *Twitter* en el marco del análisis de un gran acontecimiento político mediatizado en la Argentina. En la cuarta analizaremos las fortalezas y las debilidades de ese tipo de análisis para explicar las polarizaciones contemporáneas. En la quinta nos preguntaremos hasta qué punto pueden los principios de igualdad y libertad ser la “amalgama” de las actuales polarizaciones. Analizaremos a la polarización como un fenómeno espacio-temporal que trabaja en “dos tiempos” y nos interrogaremos si son esos principios los que habilitan a que fenómenos sociales complejos y de origen diverso, como el político, el ambientalista o el ecológico y el de género, confluyan en determinados contextos construyendo escenarios específicos de polarización. En el final sostendremos que la nueva mediatización y circulación del sentido han generado *saltos de escala en la inestabilidad* de los individuos y que esa inestabilidad es complementaria de los actuales procesos de polarización.

1. Mediatización y circulación posmoderna. El rol de los individuos

Producto de la expansión de los estudios sobre mediatizaciones, actualmente hay cierto consenso en relación al diagnóstico formulado por Eliseo Verón (2001 [1984], 1995 [1986]) de que en la posmodernidad se produce el *pasaje de una sociedad mediática a una mediatizada*. Ese pasaje implicó que se pasara en la conceptualización de los medios masivos del dominio de lógicas representativas a lógicas de producción del sentido: los medios dejaron de ser vistos como “espejos” más o menos deformantes de la realidad social a ser considerados dispositivos productores de sentido y constructores de acontecimientos (VERÓN, 1987 [1981]).

Pero ese no fue el único aporte que Verón realizó para pensar a la era de los medios masivos (modernidad y posmodernidad). Es posible sostener que aprovechando los debates sobre el posmodernismo como una época específica articuló entre los ochenta y los noventa una teoría que, además de identificar la especificidad de la mediatización, trabajó sobre otros tres campos temáticos: a) el de la semiosis o la red semiótica (1987); b) el de la “comunicación”, que en su terminología corresponde a la *circulación del sentido* como un fenómeno *no lineal* (1987) y, c) el de los “actores” (a través del cual incorporó a las nociones sociológicas instituciones, medios, colectivos e individuos como *signos* temporalmente situados en la red semiótica (VERÓN, 1994, 1999).

Luego de estos textos escribió una serie de ensayos en los que realizó precisiones muy valiosas. Uno de ellos es “Conversación sobre el futuro” (VERÓN, 2001), en el que especificó sus hipótesis sobre mediatización y circulación (bajo denominaciones como desfase y divergencia) y sobre qué rol ocupan, en la articulación de estos campos, los actores sociales, en particular los individuos.² Las repaso rápidamente.

Mediatización y circulación. Verón no habla aún en este texto de 2001 del fin de la televisión, tesis que desarrollará pocos años después, pero la forma en que narra la historia de la mediatización y de la circulación adelanta ya su *relato de un desfase o divergencia cada vez mayor entre producción y reconocimiento*. La era posterior a la Segunda Guerra Mundial hasta los años setenta, de consolidación de la televisión, del *management* y del *marketing*, es para Verón la de menor desfase y mayor convergencia:

En el período que va del fin de la Segunda Guerra Mundial hasta los años setenta, en el mundo empresario se afianzan las teorías del *management* y del *marketing*, y sus técnicas, precisas y probadas,

2 Este trabajo fue escrito antes de los que caracterizan a su última época que incluye sus reflexiones sobre el “fin” de un medio masivo como la televisión y su capacidad programadora de la vida social (VERÓN, 2006, 2009); el desarrollo de un paradigma no antropocéntrico para conceptualizar a los nuevos enunciadores individuales y orgánicos en los espacios públicos y la revolución del “acceso” como transformación de la circulación del sentido merced a Internet (VERÓN, 2013). Estas elaboraciones se encuentran ausentes en sus textos de los ochenta y noventa.

de control de la articulación entre oferta y demanda. Fue un período de fuerte convergencia, marcada además por el advenimiento y la instalación definitiva de la televisión (2001, p. 134).

En el pasaje de los setenta a los ochenta, y en particular en los ochenta, es decir, en plena posmodernidad, va a comenzar la transformación. Crisis del *management* y del *marketing*, pese a que éste último se expande a la política (debido a que la política empieza a develar su crisis de legitimidad). Crisis de la publicidad que había sido síntoma de la convergencia, como articuladora entre el meta-espacio común (la economía) y el social, que se evidencia a partir de una crisis progresiva de las marcas. Crisis de un medio masivo, la prensa gráfica, inseparable del origen y del afianzamiento del sistema democrático (además del Estado-Nación).

¿A qué se debe este relato, cuáles son sus fundamentos? Uno de ellos es su visión de la mediatización:

Contrariamente a muchas profecías [...] que fueron formuladas ante el surgimiento de las tecnologías de la comunicación llamadas de ‘masas’, *los soportes tecnológicos* cuya emergencia han hecho posibles diferentes modalidades de comunicación colectiva, tienden en el largo plazo a *acentuar el desfase y no a reducirlo [...] a aumentar la complejidad de la circulación [...]* La multiplicación [...] de soportes tecnológicos [...] que permiten la difusión de los mismos mensajes en toda la sociedad, vuelve a la sociedad más compleja [...] cuanto más se mediatiza una sociedad tanto más se complejiza (VERÓN, 2001, p. 130).

El otro, que según señala es “mucho más difícil de visualizar”, es el “cambio de los actores sociales” (VERÓN, 2001, p. 136). Y entre los distintos actores sociales generadores del cambio hay uno que se destaca: el individuo. En el primer período “la pareja *marca/consumidor fiel* expresaba simbólicamente la convergencia” (ibid., p. 136). La crisis comienza otra vez a fines de los setenta y principios de los ochenta, y se confirma a comienzos de los noventa cuando

[...] se multiplican las investigaciones sobre recepción, y se comienza a comprobar que los individuos que habitan el meta-espacio social son menos lisos, pasivos, manipulables e influenciables de lo que se había imaginado (ibid., p. 137).

Como señala hacia el final del capítulo, “de los factores operantes en el meta-espacio social, el individualismo es sin dudas el principal responsable de la aceleración de la divergencia” (ibid., p. 138). A su juicio los

medios no han inventado el individualismo de la modernidad, pero lo han exacerbado hasta el extremo, y han contribuido en consecuencia a acentuar la fragmentación y la complejidad creciente de los consumidores (ibid., p. 136).

2. Continuidades y rupturas entre posmodernidad y contemporaneidad

Es posible sostener que en su obra posterior Eliseo Verón no se arrepintió de lo que había escrito, sino que, al contrario, continuó su relato. Un claro ejemplo de lo que estamos diciendo es su tesis sobre el “fin” de la televisión. Para Verón la divergencia entre producción y reconocimiento no dejó de crecer y finalmente provocó la crisis de la televisión masiva. Como expresa en el último tramo de “El fin de la historia de un mueble” (2009),

Para comprender la situación actual es necesario abarcar el conjunto del proceso de mediatización, viejos medios y nuevas tecnologías: del lado de la oferta, estamos asistiendo a una integración tecnológica sin precedentes. Hasta hace una década, tres grandes industrias – telecomunicaciones, informática y televisión gran público – tuvieron historias separadas [...] Gracias al Protocolo Internet, los tres sectores convergen hoy tecnológicamente y comercialmente [...] Este proceso está dando fin a la tercera (y última) etapa de la televisión ‘gran

público' que conocimos, porque el sector audiovisual tradicional es el más perjudicado en su estructura de negocios. Pero hay que entender que esta convergencia tecnológica no implica una homogeneización, sino todo lo contrario: producirá una diversidad creciente de modalidades de uso. Convergencia creciente en producción, divergencia creciente en recepción: la distinción entre producción y reconocimiento es hoy más necesaria que nunca (VERÓN, 2009, p. 300-301).

En este desarrollo, el “elemento central de la evolución en curso es que la *programación del consumo pasa de la producción a la recepción*: en el sector audiovisual de la mediatización, se trata de un fenómeno radicalmente nuevo” (ibid., p. 301). Este proceso ha estallado en nuestra contemporaneidad y es uno de los rasgos que la definen. Desde entonces los exitosos “nuevos medios” audiovisuales, es decir, plataformas como *Netflix*, pueden ser una articulación inédita de elementos característicos del siglo XX (lenguaje cinematográfico; modelo de negocios basado en la suscripción, como los medios gráficos y el cable; consumo hogareño como la televisión, la video-grabadora y el cable) y otros novedosos (interfaz digital, recomendación personalizada por algoritmos, narrativas de promoción de la institución y de las series “transmediáticas”), pero lo importante es que *llegaron a ser lo que son porque partieron de la nueva lógica, basada en la programación del consumo*, que en cierto sentido es el abandono de los medios de su pretensión de programar la vida social y el triunfo de la divergencia.

En síntesis: es difícil negar la tesis de que la combinación de mayor complejidad en la mediatización y en la circulación genera en nuestra contemporaneidad mayor divergencia y fragmentación. Pero el tema de este Simposio nos obliga a enfrentar este escenario desde otro ángulo, que es el de la polarización. La pregunta que nos obliga a formularnos es, desde nuestro enfoque, aproximadamente la siguiente: ¿cómo puede ser que en una era en la que se presenta aún mayor divergencia uno de los fenómenos más característicos sea, nación a nación, la polarización, es decir, aglutinaciones en dos grandes polos de colectivos sociales de alcance masivo? Entonces, ¿no son correctas las tesis

de Verón? ¿Y es erróneo nuestro análisis sobre la contemporaneidad inspirado en él? ¿Es eso lo que está sucediendo?

3. ¿Por qué la sociedad se polariza? Una respuesta desde el análisis de la ciencia política y el *big data*

En este desarrollo de profundo individualismo y personalización, ¿cómo explicar la polarización? En un importante estudio sobre polarización política y redes sociales, el investigador de la Universidad de Maryland Ernesto Calvo sostuvo que *las lógicas de las redes mediáticas favorecen en el campo político la generación de escenarios altamente polarizados*. En *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman* (CALVO, 2015), mostró cómo en *Twitter* actuaron dos comunidades fuertemente polarizadas a raíz de la muerte del fiscal el 18 de enero de 2015.³ Nisman fue quien se ocupó de la investigación del ataque terrorista a la AMIA (Asociación Mutual Israelita Argentina) sucedido en 1994 en la ciudad de Buenos Aires que ocasionó más de ochenta muertos. El fiscal, pocos días antes de que se encontrara su cadáver, había denunciado en un programa de televisión a la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner por haber construido un “pacto de impunidad” con Irán, país al que Nisman había responsabilizado, junto con otros actores, como la SIDE⁴ y los Estados Unidos, responsable del atentado a través del grupo Hezbollah. Apoyándose en la perspectiva de la “cámara eco” Calvo sostiene que “las redes sociales son una cámara de eco, que permanentemente nos devuelve mensajes que son consistentes con nuestros prejuicios” (ibid., p. 14). Así el autor distingue en *Twitter* dos grandes comunidades, la del gobierno y la de la oposición, a partir de la presencia de diferentes narrativas (por un lado, la del suicidio, enunciada por los adherentes al gobierno; por otro lado, la del asesinato y la del “suicidio”,

3 Su muerte dio origen a un interesante documental, *Nisman: el fiscal, la Presidenta y el espía*, dirigido por el inglés Justin Webster y producido por Netflix, que fue estrenado en la plataforma en 2019.

4 La SIDE, luego renombrada, era la Secretaría de Inteligencia del Estado, el espacio institucional de los espías en la Argentina.

son expuestos sus miembros. Quienes viven en los barrios de la oposición reciben un número desproporcionado de tuits generados por opositores. Quienes viven en los barrios del gobierno reciben un número desproporcionado de tuits afines al gobierno. Cada usuario vive en un barrio que está políticamente segregado, o por lo menos mucho más segregado que el de sus vidas no virtuales (ibid., p. 27).

Esto sucede en redes sociales que, de acuerdo a su análisis, están dominadas por actores institucionales y enunciadores poderosos (los más retuiteados)⁶. Y a partir de este análisis Calvo señala que

la pregunta fundamental que un *estudio sobre la polarización* debe responder no es por qué hay *fakes*, oportunistas, y operadores dispuestos a manipular la opinión pública. La pregunta es cuál es el motivo por el cual una gran masa de votantes acepta y toma como propio lo que los formadores de opinión dicen, independientemente de si la narrativa fue creada por convicción o con el fin de obtener réditos políticos. La respuesta es simple: en *Twitter*, la gran mayoría de los que me rodean están de acuerdo con lo que yo pienso (ibid., p. 29)⁷.

6 Así señala: “En el espacio virtual dominan los actores institucionales. Los partidos políticos, los periodistas, los funcionarios, las agencias de gobierno, los gobernadores, los intendentes; todos ellos tratan de construir narrativas que maximicen sus propios objetivos políticos. Tan sólo algunos bloggers y operadores profesionales (trolls, bots, fakes) alteran la lógica institucional de transmisión de información. Si bien las redes sociales democratizan el acceso y la difusión de la información, las voces que son reconocidas por el público no son muchas. Lo que dice Aníbal Fernández (por entonces Jefe de Gabinete del gobierno – aclarado por el autor) es incomparablemente más visible que lo que dice Adriana, Pablito o Lucas Fernández. Ello se debe a que detrás de Aníbal Fernández hay un partido político con miles de militantes, instituciones de gobierno y un conjunto de relaciones políticas, sociales y económicas que no tienen a su disposición Adriana, Pablito o Lucas. Las asimetrías de poder en la política argentina se reconstruyen en las redes sociales” (CALVO, 2015, p. 22-23).

7 “El objetivo de Twitter es mejorar la experiencia de navegación para quienes usan su servicio. Sin embargo, el resultado es un mecanismo de distribución de información que está segregado espacialmente por comunidades y que refuerza las identidades originarias” (CALVO, 2015, p. 26).

De este modo la pregunta de por qué la sociedad se polariza encuentra en la perspectiva de la cámara eco una nueva versión, actualizada a los medios digitales, la automatización, la personalización y los algoritmos. Es una nueva versión, podríamos decir, del *poder de los medios*. Según esta perspectiva, las comunidades se organizan mediáticamente y se polarizan por la lógica de las redes sociales mediáticas, que segregan a cada usuario en comunidades en las que todos piensan igual y sólo reciben informaciones acordes con sus posicionamientos.

A partir de este tipo de análisis, que avanzan sobre nuevos objetos y que actualizan viejos debates, nos vemos obligados a preguntarnos: ¿alcanza con el poder de los algoritmos para explicar la polarización contemporánea? Nuestra hipótesis es que si bien estos fenómenos son poderosos y operan dinámicas específicas, *no alcanza*. Indagar por qué no alcanza es una de las tareas centrales de este trabajo, así como de las respuestas que intentaremos esbozar.

4. Los agujeros de la cámara eco

La explicación de por qué no alcanza el argumento de la cámara eco se debe, en primer lugar, *a que la vida social, aquella que, como el mismo Calvo afirma, es más diversa que las burbujas de Twitter, nunca se detuvo*⁸. Durante el período en el que se desarrolló el caso analizado, en todos los espacios públicos y privados de la Argentina se debatió la muerte de Nisman, que llegó a ser un tema central de la vida social.

En segundo lugar, se debe a que nadie vive sólo en las burbujas de las redes sociales mediáticas. Las redes están permeadas permanentemente por contenidos producidos por otros medios, que no han desaparecido, que son los medios masivos. En el caso Nisman, por ejemplo, durante los cuarenta días en los que duró la recopilación de datos a partir de la cual construyó ese gráfico, la emisión de contenidos sobre el caso Nisman fue incesante: horas y horas en los prime time de la radio y de la

8 Es interesante que la comparación entre la vida social en las redes y fuera de ella en términos espaciales, geográficos e incluso urbanísticos también se encuentra presente en Parissier (2017 [2011], p. 215-249).

televisión (además de la cobertura de los portales, los blogs y los diarios). Y muchos de esos contenidos fueron compartidos, comentados y debatidos en las redes sociales mediáticas⁹. Es decir que hay cuestiones mediáticas que atender, pero la respuesta no llega sólo atendiendo a las redes sociales.

Una tercera respuesta que se puede brindar es que hay *razones políticas* que permiten explicar la polarización. Y por supuesto que las hay. Pero son razones que exceden a la lógica de la política tradicional, basada en la fidelidad a los partidos políticos y en la estabilidad de las instituciones. Tienen que ser otras, basadas en *principios generales o transversales, capaces de articular colectivos diversos*. Porque las polarizaciones contemporáneas articulan muchas veces a sectores con intereses diferentes, como son los identitarios (de género), ecológicos o ambientalistas.

Para avanzar en esta dirección, volveremos sobre la *teoría política*. Pero lo haremos desde un ángulo específico: examinando *más que a las ideologías a los principios democráticos*, aquellos que supuestamente todos compartimos, como la *libertad*, la *igualdad* y la *fraternidad*. En una época en la que se le ha redactado el certificado de defunción a los grandes relatos (LYOTARD, 1986 [1979]) y a la historia en su sentido teleológico (HUYSEN, 2014 [1995]), necesitamos poner en juego otros argumentos para interpretar cuáles son las causas que habilitan los grandes procesos de polarización social.

5. ¿Pueden la igualdad y la libertad amalgamar las polarizaciones contemporáneas?

La polarización contemporánea construye polos específicos que se despliegan en el espacio y en el tiempo. Los polos

9 Entre los días 19 y 20 de enero, los principales diarios de la Argentina dedicaron su tapa y titular principal a la muerte de Nisman (no todos llegaron a cubrir el caso el 19, algunos lo hicieron el 20). Ejemplos: *Clarín*, título principal: "Conmoción política: encuentran muerto al fiscal Nisman" (19 de enero), *La Nación*, título principal: "Estupor y protestas por la muerte del fiscal que denunció a la Presidenta" (20 de enero); *Página 12*, "¿Qué fue lo que lo llevó a quitarse la vida?" (20 de enero). También escribieron sobre el tema sus principales columnistas.

son espacios mediáticos y sociales, híbridos, que trabajan en dos tiempos.

Por un lado, se organizan y reorganizan todo el tiempo de acuerdo al desarrollo de los acontecimientos. De este modo admiten la articulación de estrategias de adhesión tácticas y fugaces. Son “espacios blandos” porque son grandes contenedores de colectivos que no requieren de ninguna afiliación ni de las obligaciones que tradicionalmente requiere toda institución. Cualquiera puede sentirse representado por alguno de ellos, cualquiera puede decir públicamente en algún momento que adhiere a uno de ellos o atacar al contrario, pero las condiciones de pertenencia son lo suficientemente blandas como para que se participe a voluntad, dedicándole el tiempo de que se disponga. Es más: se puede ingresar y salir de estos espacios día a día, momento a momento, dando un “me gusta”, interviniendo en un hashtag o compartiendo un contenido en las redes sociales mediáticas (lo cual no quiere decir, de ningún modo, que no impliquen involucramiento).

Por otro lado, *generan lealtades de tiempo largo y consolidan colectivos consistentes* (que, además, se expresan periódicamente en los procesos electorales). Así son también la contracara de las estrategias tácticas que operan en el corto plazo. Esto se debe a que habilitan la construcción de vínculos sólidos que no pasan por los condicionamientos de la tradicional política partidaria. Estos vínculos se presentan generalmente en los grupos militantes de las minorías, que son elementos muy activos, con capacidad de intervención en todos los espacios mediáticos y sociales.

Ahora bien, ¿cómo se constituyen hoy esos polos? ¿Cuál es su argamasa? Un argumento que es posible sostener es que en parte esos polos se organizan a partir de la dominancia de ciertos principios democráticos, que es lo que identificó el célebre politólogo italiano Norberto Bobbio (1995) en su clásico *Derecha e izquierda*. Según Bobbio, derecha e izquierda sostienen principios democráticos. Pero lo que las diferencia es *una acentuación: que la izquierda brinda más privilegio a la igualdad y la derecha a la libertad*.¹⁰ El interés del argumento de Bobbio

10 Sintetiza el prologoista de Bobbio Joaquín Estefanía: “la esencia de la distinción entre derechas e izquierdas ‘es la diferente actitud que las dos partes – el pueblo de la derecha y el pueblo de la izquierda – muestran sistemáticamente frente a la

reside en que es una tesis que ayuda a pensar, en una era de crisis de instituciones políticas y de extrema personalización e individualización, cómo se construye la polarización. Según esta lógica, uno de los polos, el progresista, se articula a partir de la dominancia del principio de *igualdad*, mientras que el otro lo hace a partir del principio de la *libertad*¹¹.

Brindamos dos ejemplos, que se desarrollaron en el marco del llamado “populismo” que caracterizó a la historia política latinoamericana en las últimas décadas y que tuvo un importante ciclo en el poder desde principios del siglo XXI.¹² El primero es un movimiento que hemos estudiado en un momento clave de su mediatización, el que impulsó la Votación de la Ley de Matrimonio Igualitario en la Argentina (CARLÓN, 2012). Este movimiento fue apoyado por el kirchnerismo, por entonces en el poder, dado que la Presidenta era Cristina Fernández de Kirchner¹³. Basó su argumentación en el principio de la *igual-*

idea de la igualdad: aquellos que se declaran de izquierdas dan mayor importancia en su conducta moral y en su iniciativa política a lo que convierte a los hombres en iguales, o a la forma de atenuar y reducir los factores de desigualdad; los que se declaran de derechas están convencidos de que las desigualdades son un dato ineliminable, y que al fin y al cabo ni siquiera deben desear su eliminación” (1995, p. 16-17). En ese mismo texto Bobbio establece un mapa conceptual en el que identifica a cuatro polos (se refiere a “doctrinas y movimientos políticos”): 1) la extrema izquierda, 2) el centro izquierda, 3) el centro derecha y 4) la extrema derecha (BOBBIO, 1995, p. 160).

- 11 Para brindar otro fundamento a este argumento, podemos recordar lo que señala más de veinte años después, ya en la era contemporánea, Daniel Innerarity acerca de las diferencias que caracterizan a la *cultura de izquierda* y *cultura de derecha*: “En general, la izquierda espera mucho de la política, las más de las veces más que la derecha, por eso, espera demasiado. Exige no sólo igualdad en las condiciones de partida, sino también en los resultados, o sea, no sólo libertad, sino también igualdad. La derecha se contenta si la política se limita a mantener las reglas de juego y tiene una idea del bien común más próxima a una mera agregación de los intereses individuales; es más procesual y se da por satisfecha si la política garantiza límites y posibilidades, al mismo tiempo que el resultado concreto (en términos de desigualdad, por ejemplo) es indiferente a ella; a lo máximo aceptará las correcciones de un ‘capitalismo compasivo’ para mitigar algunas situaciones intolerables” (INNERARITY 2017, p. 251). Comentario: “Espera demasiado” es un comentario que formulado de este modo no compartimos.
- 12 Ese ciclo culminó en países como Argentina y Brasil con los triunfos de Mauricio Macri (2015-2019) y Jair Bolsonaro (2019-), pero desde el triunfo de Alberto Fernández (2019) se encuentra actualmente en una recuperación.
- 13 Para apoyar esa Ley fue la única vez que el ex-Presidente Néstor Kirchner, por ese entonces Diputado, asistió a una sesión a la Cámara Legislativa.

dad. Hasta ese momento el kirchnerismo había ocupado un lugar muy importante en cuestiones de derechos humanos, en particular en la reapertura de los juicios a los militares represores de la Dictadura, pero menos relevante en cuestiones de género. Pero el apoyo a esa iniciativa, que fue consistente con su posicionamiento de centro-izquierda, le permitió construir un sólido vínculo con minorías de género diversas que basan sus demandas en ese mismo derecho.^{14 15} Un vínculo que se extendió en el tiempo.

El segundo ejemplo es más interesante aún porque muestra que estos principios actúan de modo complejo y a veces aparentemente contradictorio en las coyunturas contemporáneas. Pero a la vez pone en evidencia su potencia para conceptualizar diferentes situaciones y controversias. Recordemos entonces lo acontecido en otro caso de gran pregnancia social, como fue el debate por el “derecho al aborto”, que fue tratado en el Parlamento como proyecto de ley en la Argentina bajo el nombre de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en 2016. El análisis es interesante porque centro-derecha y centro-izquierda aparecen en este caso, a primera vista, sosteniendo posiciones invertidas. Como queda expresado en el título, que sostiene la idea de un derecho a la interrupción voluntaria del embarazo, el argumento sostenido a favor del aborto, que fue apoyado principalmente por la centro-izquierda, estuvo centrado en la

14 Incluso, sin forzar demasiado las cosas, podemos sumar más colectivos sociales al espacio de centro-izquierda a partir del principio de igualdad. Por ejemplo, los movimientos ambientalistas, que adoptan, según Maristella Svampa (2018), la forma de narrativas anticapitalistas y de transición ecológica, sostienen implícitamente el principio de igualdad entre cultura y naturaleza al defender, como los movimientos teóricos no antropocéntricos, la biodiversidad. Atrás de estos movimientos se encuentra, como en las teorías no antropocéntricas, una resistencia al antropocentrismo moderno. Se considera que esa separación entre lo humano y la naturaleza instalada por movimientos filosóficos como los que se apoyan en el *cogito ergo sum* cartesiano son parte del problema, es decir, de la constitución de un capitalismo cada vez menos sustentable. De hecho, los movimientos de centro-izquierda, cuando, por otro tipo de razones políticas (por ejemplo, territoriales), no asumen posiciones ambientalistas y juegan a favor de la megaminería o el agronegocio, no dejan de tener tensiones internas.

15 Las resistencias a este modernismo que aparecen detrás de conceptos como “fin de la excepción humana” (SCHAEFFER, 2009 [2007]) o las críticas al Antropoceno se expanden hoy en la literatura científica tanto en el seno de las ciencias sociales como de las ciencias naturaleza y adquieren, según Maristella Svampa (2018), la forma de narrativas anticapitalistas y de transición ecológica.

defensa de la *libertad* individual. En cambio los antiabortistas, ubicados a la centro-derecha (Iglesia, políticos, mediáticos) sostenían el argumento de la *igualdad*, porque defendieron el derecho a la vida del embrión expresando que esa vida vale igual que cualquier otra. Sin embargo, el análisis no concluye ahí, porque vale la pena recordar que el argumento del derecho a la libertad de interrumpir individualmente el embarazo fue acompañado con otro a favor de la intervención del sistema de salud público en función de la igualdad. O, dicho en otros términos, para disminuir la desigualdad en la que en situación de aborto se encuentran, por un lado, las mujeres ricas y de clase media (que asisten a un servicio de salud pago en condiciones hospitalarias) y, por otro, las mujeres carenciadas, que muchas veces pierden la vida debido a la falta de acceso a profesionales y a condiciones de higiene básicas. El caso es interesante porque muestra, por un lado, cómo el polo de centro-izquierda pudo crecer sumando más colectivos de modo consistente en el caso de la Ley de Matrimonio Igualitario debido a que se apoyó en el argumento de la igualdad. Y, por otro, que aún en un caso en el que esgrimió el argumento de la libertad, como fue el de la Interrupción Voluntaria del Embarazo, supo encontrar un modo de articularlo con la igualdad.

Así la articulación de estas dimensiones y la reactualización de los valores de *igualdad* y *libertad* en sus nuevas manifestaciones¹⁶ nos resultan imprescindibles para entender la polarización contemporánea. No sólo como fenómenos esquemáticos sino en sus complejidades y tensiones. Pero quizás tampoco alcance. Porque desde nuestro punto de vista es necesario sumar una reflexión más específica sobre el estatuto de los individuos, el principal factor de aceleración de la divergencia según Verón, y sus transformaciones en el seno de la nueva mediatización y circulación.

6. Polarización, mediatización y circulación contemporáneas: un salto de escala en la *inestabilidad* de individuos y colectivos

Para terminar, una reflexión de carácter más general acerca de la cuestión que tratamos en la primera parte sobre mediatización y circulación, ahora repensada en función de la polarización. No tenemos dudas de que la transformación contemporánea, que afecta a la semiosis (red semiótica), a la mediatización, al estatuto de los enunciadores (actores sociales) y a la circulación, está creando nuevos y dinámicos procesos de convergencia y divergencia a nivel global, regional y local. Recordemos que, según expresa Verón en “El fin de la historia de un mueble” (2009), vivimos en una era de “convergencia creciente en producción y divergencia creciente en recepción”. Pero desde que Verón escribió ese texto, en 2009, pasaron diez años, y muchas cosas han cambiado. Así que es tiempo de retomar esa discusión.

En el argumento que vamos a presentar son claves todas estas dimensiones, pero ante todo es muy importante atender a la diferencia de actores/enunciadores que existen entre la modernidad/posmodernidad, era de los medios de comunicación masiva, y la actual, en la que se han multiplicado los enunciadores orgánicos (individuos y colectivos) que antes se encontraban en reconocimiento y ahora se encuentran también en producción.¹⁷

Comencemos atendiendo a esta cuestión de acuerdo a cómo puede ser vista *en producción*, en particular desde los enunciadores poderosos (partidos políticos, empresas, grandes por corporativos). El desarrollo de algoritmos que comentamos al referirnos al texto de Calvo viene alimentando distintos procesos que, considerados desde el punto de vista de sus efectos sociales, no son homogéneos. Por un lado se encuentran los proyectos basados en el concepto de la *personalización* (PARISSIER, 2017 [2011]) instrumentado por las corporaciones y de gran influencia en el mundo del entretenimiento, de la información y

17 VERÓN, 2013; CARLÓN, 2016b.

de la política. El procedimiento que analiza Parissier impulsado por *Google* desde 2009, convertido desde entonces en la matriz de buscadores y redes sociales mediáticas, es también el pilar en el que se apoya la publicidad contemporánea. La acumulación de conocimiento sobre los internautas permite soñar con *noticias y publicidades a la medida de cada individuo* consumidor, y este dispositivo ha concentrado el interés de los anunciantes desde la caída del negocio histórico de los medios masivos, que se basó en nociones como audiencias, rating, target, programación del consumo y de la vida social desde la producción. Así que *en producción* la lógica de la personalización busca resolver ante todo los problemas planteados *en reconocimiento* desde la posmodernidad por el desarrollo del individualismo. *Promete resolver el desafío del individuo*, ese “actor social” que es el principal responsable de la aceleración de la divergencia, según Verón. Es decir, promete concretizar la convergencia. Es la lógica de *Netflix*, cuya utopía es, como expresó su CEO Red Hastings, lograr recomendar a cada uno la película que desea ver. Sin embargo, basta con observar atentamente su funcionamiento para advertir que la tarea no es sencilla¹⁸, porque desde siempre el gusto de los consumidores es lábil y cambiante, máxime cuando el producto que se ofrece tiene la complejidad de una narrativa y no la de un yogurt. Es difícil creer que este nuevo conocimiento sea capaz de disolver el desfase propio de la circulación, de la divergencia que se activa cada vez que quien comunica es diferente de quien recibe, entre otros motivos porque las lógicas del *individualismo basadas en la subjetividad son múltiples y dinámicas*. Por eso no alcanza con ver esta lógica desde la producción, tal como lo entienden los enunciadorees poderosos, fenómeno que podemos constatar cuando observamos el comportamiento de los individuos en las redes sociales mediáticas, es decir, cuando ellos se encuentran en producción (en *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, etcétera). Lo que podemos observar en

18 Aquí es interesante observar que si bien *Netflix* se ha dedicado a acumular información sobre el consumo de los usuarios para ofrecer un coeficiente que supuestamente identifica el grado de coincidencia entre el film o la serie ofrecida y sus gustos (98%, 85%, etcétera), no debe subestimarse que, a la vez, se ha esforzado por mejorar las categorías históricas de clasificación de films desarrolladas por Hollywood y los videoclubs, que son los géneros.

producción es que no ha dejado de expandirse la lógica de mostrarse distintos brindándole a los contenidos que comparten o producen acentuaciones que pretenden ser únicas.

Por otro lado, la emergencia de un nuevo sistema mediático basado principalmente en Internet y las redes telefónicas no debería hacernos olvidar las limitaciones de las investigaciones que se restringen a indagar las lógicas que se basan en un solo sistema mediático, aunque sea el más nuevo, como vimos cuando nos detuvimos en los “agujeros” del argumento de la *cámara eco*. Vivimos en una sociedad hipermediatizada, en la que coexisten como mínimo dos sistemas mediáticos, el de los medios masivos y el que tiene su base en Internet. La nueva conformación de la mediatización no sólo ha habilitado la palabra a los individuos y a los colectivos, ha hecho mucho más que eso, porque los ha sometido a dos procesos simultáneos. Por un lado, a un incremento de complejidad, fenómeno que es conocido como inherente a la mediatización. Por otro lado, *y esta es nuestra tesis, a un incremento de la inestabilidad*. Ambos son inseparables entre sí.

Podemos recordar aquí que una de las características de la posmodernidad (o “modernidad líquida”, según la terminología de Zygmunt Bauman (2003 [2000])), a partir de la transformación espacio-temporal acontecida en las últimas décadas, fue que no sólo las instituciones se volvieron más “líquidas”, sino que se volvieron *zombies*, y que los individuos debieron asumir nuevos roles¹⁹. En ese clásico trabajo, Bauman recuerda que Ulrich Beck, otro gran investigador del individualismo posmoderno, expresó que “el modo en que uno vive se vuelve una solución biográfica a las contradicciones sistémicas” (ibid., p. 40). A lo cual el sociólogo polaco agrega: “Los riesgos y las contradicciones siguen siendo producidos socialmente; sólo se está cargan-

19 Bauman señala esto citando a Beck, quien en una entrevista concedida en 1999 habló de “instituciones zombies”, “que están muertas y todavía vivas” (2003, p. 12), entre las cuales distinguió a “la familia, la clase y el vecindario” (ibid., p. 12). En esa nota Beck se interroga: “¿Qué es una familia en la actualidad? ¿Qué significa? Por supuesto hay niños, mis niños, nuestros niños. Pero hasta la progenitura, el núcleo de toda la vida familiar, ha empezado a desintegrarse con el divorcio [...]. Abuelas y abuelos son incluidos y excluidos sin recursos para participar en las decisiones de sus hijos e hijas. Desde el punto de vista de los nietos, el significado de los abuelos debe determinarse por medio de decisiones y elecciones individuales” (ibid., p. 12).

do al individuo con la responsabilidad y la necesidad de enfrentarlos” (ibid., p. 40). En este contexto en el que el individualismo “es un destino, no una elección” (ibid., p. 39), ser un individuo, puede decirse, está lejos de ser una panacea.²⁰

Y puede volverse fácilmente en una situación intimidante si atendemos a que desde entonces es un destino que se ha vuelto cada vez más inestable, más demandante y complejo. Cuando Bauman escribe en el año 2000 aún no habían aparecido las redes sociales mediáticas, que brindaron a los individuos la posibilidad de administrar, cada uno, su propio medio de comunicación (Facebook en 2004; YouTube en 2005; Twitter en 2006; Instagram en 2010; Snapchat en 2011; TikTok en 2016, etcétera). Administrar un medio de comunicación no sirve sólo para mostrarse y opinar, para satisfacer al famoso narciso posmoderno. También implica para los individuos una exposición pública prácticamente obligatoria que permanentemente es evaluada por sus posicionamientos. *Tener casi la obligación de manifestarse sobre la multiplicidad y complejidad de las cuestiones de época entre flujos de sentido que desbordan sus saberes y su expertise es, podríamos decir parafraseando a Beck, el destino del individuo contemporáneo, no una elección.* Esto les sucede en los dos principales modos de circulación del sentido en los que se encuentran emplazados que caracterizan a nuestra época: el vertical-horizontal y el transversal (CARLÓN, 2020).

Los individuos que administran sus propios medios de comunicación se encuentran emplazados en el modo vertical-horizontal en relación con los discursos que llegan desde “arriba” (desde los medios masivos), y “horizontalmente” (desde las redes sociales mediáticas). Es decir que permanentemente tienen que pronunciarse sobre todo lo que, por un lado, informan los medios masivos y, por otro lado, de lo que les llega “horizontalmente” producido, apropiado, comentado y compartido por sus “pares”.

Y se encuentran emplazados en el modo de circulación *transversal* cuando el sentido “viaja” desde “adentro hacia afuera” y desde “afuera hacia adentro”. ¿De qué? De su propia

20 “La autocontención y la autosuficiencia del individuo pueden ser también otra ilusión: que los hombres y mujeres no tengan a quien culpar de sus frustraciones y preocupaciones no implica, hoy más que ayer, que puedan defenderse de sus frustraciones” (BAUMAN, 2003 [2000], p. 39).

identidad social y mediática que se encuentra además emplazada en múltiples colectivos e instituciones con los que sostienen diferentes vínculos. Ejemplo 1, el individuo y la familia: cada vez que información sobre la familia a la que pertenecen se hace pública, ya sea porque es publicada por sus hijos, sus padres o por ellos mismos, es decir, hacia “afuera”, de un modo u otro se ven o pueden verse afectados. Ejemplo 2, el individuo y la universidad: cada vez que se publica un *ránking* sobre el puesto que su institución de pertenencia ocupa, éste afecta para bien o para mal, hacia “adentro” y hacia “afuera” el prestigio de sus integrantes.

Con lo cual llegamos finalmente a la pregunta que nos motiva, que es la siguiente: en este complejo proceso de aceleración de la divergencia que caracteriza a nuestra contemporaneidad en el que los individuos juegan un papel tan relevante, ¿a qué se debe su participación en cada polo que, puede hipotetizarse, se apoya en procesos de “convergencia”?²¹ Nuestra hipótesis es que el éxito de la polarización se debe además de al poder de los “medios” (gracias a fenómenos como los algoritmos, como explica Calvo) a que cada polo otorga en algún nivel a los *individuos y a los colectivos* respuestas al *incremento de complejidad e inestabilidad* que caracterizan a las múltiples situaciones en las que se encuentran emplazados. Según este argumento, luego de que las instituciones, los medios (como instituciones), los partidos y las marcas entraron en crisis, producto del individualismo y la divergencia, las nuevas condiciones de circulación del sentido generan *mayor inestabilidad aún para los individuos*. Y es en este punto en el que con la polarización, que contiene y da respuestas, encuentran su complementariedad.

Referencias

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2003 [2000].

21 Decimos convergencia siguiendo el uso que del par convergencia/divergencia realiza Verón en “Conversación sobre el futuro” (VERÓN, 2001). Pero debe quedar claro que, desde nuestro punto de vista, basado en la circulación, los polos subsisten mientras soportan hacia “adentro” la “divergencia”: la diferencia que permite que cada individuo puede sentirse parte constitutiva de ellos sin perder su individualidad.

- BECK, Ulrich. Vivir nuestra propia vida en un mundo desbocado: individuación, globalización y política. In: *En el límite: la vida en el capitalismo global*. Barcelona: Tusquets, 2001 [2000]. p. 233-245.
- BOBBIO, Norberto. *Derecha e izquierda*. Madrid: Santillana, 1995.
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EduePB, 2017.
- BRAGA, José Luiz. Circulação & circuitos. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brasil, Edufal, 2017b. p. 49-64.
- BRAGA, José Luiz. La política de los internautas es producir circuitos. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (ed.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 43-59.
- BUTLER, Judith. *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós, 2019 [1990].
- CALVO, Ernesto. *Anatomía política de Twitter en Argentina: tuiteando #Nisman*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2015.
- CARLÓN, Mario. Entre el poder de los enunciadores y el poder de los discursos: la circulación hipermediática de las imágenes contemporáneas. In: Actas del III Seminario Mediación e Processos Sociais. São Leopoldo: Unisinos, 2020.
- CARLÓN, Mario. La circulación transversal: desde 'adentro' hacia 'afuera' y desde 'afuera' hacia 'adentro' de los individuos, los colectivos y las instituciones sociales. In: *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: NEU, 2020. p. 159-174. Disponible en: <http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf>.
- CARLÓN, Mario. Bajo el signo del presentismo: mediatización, cultura y sociedad contemporánea. In: *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis: NEU, 2020. p. 187-213. Disponible en: <http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Circulacio%CC%81n-del-sentido.pdf>.

- CARLÓN, Mario. Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación. *In Mediaciones de la Comunicación*, v. 14, n. 1, p. 27-46, 2019. <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2884>.
- CARLÓN, Mario. La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión (Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial). In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió, Brasil, Edufal, 2017. p. 49-64.
- CARLÓN, Mario. Apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón. In: VIZER, Eduardo; VIDALES, Carlos (coord.). *Comunicación, campo(s), teorías y problemas: una perspectiva internacional*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones, 2016. p. 125-153. ISBN (edición impresa): 978-84-15544-57-9, 360 p.
- CARLÓN, Mario. En el ojo de la convergencia: Los discursos de los usuarios de *Facebook* durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (org.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 173-194.
- CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009.
- CHERESKY, Isidoro. *El nuevo rostro de la democracia*. Buenos Aires: FCE, 2015.
- COULDRY, Nick. Mediatization and the future of field theory. *Communicative Figurations*, Bremen: University of Bremen, p. 1-18, 2013.
- DI FELICE, Massimo. *Net-ativismo: de ação social para ato conectivo*. São Paulo: Paulus, 2017.
- ECO, Umberto. Construir al enemigo. In: *Construir al enemigo*. Buenos Aires: Lumen, 2013 [2011]. p. 13-39.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Circulação do discurso político: entre meios e atores, as redes e aglomerações momentâneas nas eleições presidenciais brasileiras de 2018*. Porto Alegre, Brasil, COMPÓS, 2019.

- FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antônio; VALDETTARO, Sandra (dir.). *Mediatización, sociedad y sentido: aproximaciones comparativas de modelos brasileños y argentinos*. Rosario, Argentina: UNR, 2010a. p. 2-17.
- FERRARI, Pollyana. *Como sair das bolhas*. São Paulo: Armazém da Cultura, 2018.
- FERREIRA, Jairo. As metamorfoses da circulação: dos fluxos às questões de reconhecimento. In: CASTRO, Paulo César (org.). *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: Edufal, 2017. p. 109-124.
- FINNEMANN, Niels Ole. Digitization: new trajectories of mediatization? In: *Mediatization of Communication*. Bremen: University of Bremen, 2014. p. 297-322. (Handbooks of Communication Science, v. 21, ed. Knut Lundby).
- GALUP, Luciano. *Big data & política: de los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. Buenos Aires: Ediciones B, 2019.
- GALUP, Luciano. Las redes verdes. *Diario Perfil*, viernes, 15 de junio de 2018. Disponible en: <https://www.perfil.com/noticias/ideas/las-redes-verdes.phtml>.
- GOMES, Pedro Gilberto. *Dos meios à midiatização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Unisinos, 2017.
- HJARVARD, Stig. Introdução. Da mediação a midiatização / Midiatização: uma nova perspectiva teórica. In: *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014 [2013]. p. 13-23.
- HUYSEN, Andreas. *Memorias crepusculares: la marcación del tiempo en una cultura de la amnesia*. Buenos Aires: Prometeo, 2014 [1995].
- INNERARITY, Daniel. *A política em tempos de indignação: a frustração popular e os riscos para a democracia*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2017.
- ILLOUZ, Eva; CABANAS, Edgar. *Happycracia: cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Bogotá: Paidós, 2019 [2018].

- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: NYU Press, 2013.
- KROTZ, Friedrich. The meta-processes of 'mediatization' as a conceptual frame. *Global Media and Communications*, v. 3, n. 3, p. 256-260, 2017.
- LACLAU, Ernesto. *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- LEMONS, André. *A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume Editora, 2013.
- LEMONS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LYOTARD, Jean-François. *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra, 1986 [1979].
- PARISSIER, Eli. *El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus, 2017 [2011].
- SCHAEFFER, Jean-Marie. *El fin de la excepción humana*. México: FCE, 2009 [2007].
- SVAMPA, Maristella. Imágenes del fin: narrativas de la crisis socioecológica en el Antropoceno. *Revista Nueva Sociedad*, n. 278, p. 151-164, nov.-dic. 2018.
- VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista Matrizes*, São Paulo, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.
- VERÓN, Eliseo. *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- VERÓN, Eliseo. La mediatización, ayer y hoy. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antônio (ed.). *Las políticas de los internautas: nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. p. 9-15.
- VERÓN, Eliseo. El canto de las sirenas. In: *Papeles en el tiempo*. Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 74-76.
- VERÓN, Eliseo. El fin de la historia de un mueble. In: CARLÓN, Mario; SCOLARI, Carlos A. *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía, 2009. p. 229-247.

- VERÓN, Eliseo. Semiótica como sociosemiótica. Entrevista a cura di Carlos A. Scolari. In: SCOLARI, Carlos A.; BERTETTI, Paolo (ed.). *Mediamerica: semiotica e analisi dei media a America Latina*, Torino: Cartman Edizioni, 2007. p. 28-37.
- VERÓN, Eliseo. Os públicos entre produção e recepção: os problemas para uma teoria do reconhecimento. In: ABRANTES, José Carlos; DAYAN, Daniel (ed.). *Televisão das audiências aos públicos*. Lisboa: Livros Horizonte, 2006.
- VERÓN, Eliseo. Conversación sobre el futuro. In: *Espacios mentales: efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa, 2001. p. 127-138.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, Lima: Felafacs, n. 48, p. 9-17, 1999.
- VERÓN, Eliseo. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera 2*, p. 5-36, 1994.
- VERÓN, Eliseo. El sentido como producción discursiva. In: *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa, 1987. p. 124-133.
- VERÓN, Eliseo. *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa, 1987 [1981].
- VERÓN, Eliseo. La mediatización. In: *Semiosis de lo ideológico y del poder/La mediatización*. Buenos Aires: UBA, 1995.
- VERÓN, Eliseo. El análisis del 'contrato de lectura', un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media (ficha, Carrera de Cs. de la Comunicación, UBA). Edición original: In: *Les medias: expériences, recherches actuelles, applications*. Paris: IREP, 1985.
- VERÓN, Eliseo. El living y sus dobles: arquitecturas de la pantalla chica. In: *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2001 [1984]. p. 13-33.
- WESCHENFELDER, Aline. *Manifestações da midiatização: transformação dos atores sociais em produção e recepção: o caso Camilha Coelho*. Tesis (Doctorado). Dirigida por Antônio Fausto Neto. Unisinos, São Leopoldo, 2019.

Entre meios: o lugar da midiatização

Between technical media: The place of mediatization

Lucrécia D'Alessio Ferrara¹

RESUMO: Considerando ambientes informativos onde se organizam distintos processos comunicativos, este trabalho propõe o estudo das diferenças que se estabelecem entre meios e midiatizações, tendo em vista alcançar matrizes que, entre fixos e fluxos em polarização, escrevem outra epistemologia da comunicação. As midiatizações em pluralidade são atingidas pelas conexões entre mídias, mas redefinem suas dimensões à medida que, embora atingidas pelos novos meios informacionais, não são lideradas por eles, mas atuam como potência de ação crítica que pode ter, como expectativa, a revisão da anterior epistemologia polarizada, para fazer emergir uma comunicação mais crítica e consequente.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Informação. Epistemologia. Midiatizações.

ABSTRACT: Considering informational environments where different communicational processes are organized, this work proposes to study the differences established between technical media and mediatization, in order to achieve matrices that, between fixed and flows in polarization, write another epistemology of communication. Plural mediatizations are affected by the connections between media, but they redefine their dimensions

1 Professora Titular na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Pesquisadora CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4727-9817>. E-mail: ldferrara@hotmail.com

as they are affected by the new informational means; they are not determined by them, but act as a critical power that can be expected to revise a polarized epistemology, in order give rise to a more critical and consistent communication.

KEYWORDS: Communication. Information. Epistemology, Mediatization.

On the telephone or on the air, it isn't messages that travel at electric speed: the sender is sent, minus a body, as information and image, and all the old relationships of speaker and audience tend to be reversed.

The laws of media in tetrad form reveal some of the subliminal and previously inaccessible aspects of technology. To the extent that these observations reveal the hidden effects of artefacts on our lives, they are endeavors of art, bridging the worlds of biology and technology (McLUHAN, 1988, p. 109).²

1. A diversidade das mediações

Se as midialogias estabelecem diferenças que criam oposições entre meios técnicos e comunicativos, epistemologias teóricas e heurísticas, metodologias nomológico-dedutivas ou hipóteses indutivas e abduativas, as mediações apontam ambivalências que superam oposições porque, entre elas, não se estabelecem simetrias ou dissimetrias, polarizações ou dicotomias, mas diversidades e multiplicidades. Desse modo, supera-se a polarização que desenharia singulares e individuais características, para aderir a coletivas e múltiplas singularidades. Ou seja, as diferenças abrem espaço não propriamente para polarizações, mas para antagonismos que levam a perceber as

2 "Através do telefone ou do ar, não há mensagens que se comuniquem para além da velocidade elétrica: o emissor é emitido, menos como um corpo, mas como informação e imagem, e todas as antigas relações entre o orador e seu público tendem a ser revertidas. As leis da mídia em forma de tétrede revelam muitos aspectos subliminares da tecnologia que antes eram inacessíveis. Ampliando essa reflexão, essas observações revelam os profundos efeitos desses dispositivos sobre nossas vidas, eles são domínios da arte que ligam os mundos biológico e tecnológico."

diferenças entre a identidade singular e a pluralidade do outro (MOUFFE, 1996, p. 13).

Diferenças e diversidades colocam em estudo aproximações e distâncias entre meios técnicos e mediações; desse modo, o interesse prioritário das mediações é de natureza mais epistemológica e geral do que descritiva e fenomenológica.

Nessa diversidade, confrontam-se meios, informação e comunicação ou técnica, cultura e sociedade. Confundindo o plural *media* do substantivo latino *medium*, criou-se um neologismo *mídia* quase dicionarizado, porque usado com clara diretriz semântica que designa os meios, porém entendendo-os nos seus efeitos intencionais e pragmáticos. Nesse sentido, os meios se transformam em mídias, pois o que está em questão não é a singularidade tecnológica de cada meio ou grupo de meios, mas seu efeito cultural performático que atravessa as mediações e atinge, interativamente, as mediações.

Trabalhando com os meios digitais e, sobretudo, com a internet, Dominique Wolton (2008, p. 149) distingue três níveis de análise: o internauta, o indivíduo e o cidadão que, em interface, se completam na internet, na conexão planetária e na rede. Esse processo de interface permite tornar evidente um eixo de análise que interessa a esse trabalho:

[...] o mais difícil não é a informação, mas a comunicação. Ora, a Internet não passa de um sistema automatizado de informação; de uma forma ou de outra, são os homens e as coletividades que integram esses fluxos de informações em suas comunicações. A informação é sempre um segmento, e somente a comunicação, com suas prodigiosas ambiguidades, lhe faz emergir um sentido (WOLTON, 2008, p. 149).

A citação parece enunciar que informação é simplesmente um conteúdo transmitido pela comunicação, daí a diferença e, sobretudo, a dificuldade que se estabelece na passagem da informação para a comunicação que, entendida como *ambiguidade prodigiosa*, geraria sentido à informação. É necessário destacar a distância cognitiva e conceitual que se estabelece entre informação, entendida como um conteúdo transmitido tecnicamente, e a informação que, em processo entrópico, supõe sua

organização como elemento constitutivo de ambientes culturais. Considerar o ambiente midiático, que decorre da interface entre aquela organização e os agentes técnicos e humanos, é fundamental para situar o território de uma ecologia das mídias onde se encontram informação e comunicação, sujeito e objeto, mensagem e conteúdo, significado e produção de sentido.

Sem dúvida, ocorre um extraordinário processo gerador de ambiguidades decorrentes da tradicional redução conceitual que confunde informação e comunicação, ao mesmo tempo que procura se distanciar do grau de dificuldade para processar a passagem entre elas. Parece oportuno superar o conceito de informação como conteúdo transmitido ou simples dado quantitativo para alcançar a relação de interface que se estabelece entre informação e comunicação que, imprevistas, podem não ser ambíguas, mas ambivalentes, visto que ambas atuam juntas e produzem aquela diferença midiática que faz a diferença entre transmissão e produção de sentido ao estabelecer vínculos comunicativos entre os homens, entre homens e técnicas, entre meios e fins. Teríamos alcançado a necessidade de entender como poderíamos definir midiatização?

Se, por um lado, informar é dar uma forma à mente, por outro, compete à mente organizar, formular, comunicar, receber, propagar e manter aquele sentido que dá forma à mente através do modo específico e distinto da organização ambiental da informação. Ou seja, se os seres vivos se comunicam porque respondem a estímulos sensíveis desenvolvidos por necessidades vitais e necessários para que se adaptem às características do meio ambiente que mantém aquela subsistência, o homem também desenvolve análoga adaptação, entretanto, a ela acrescenta a capacidade de inventar, utilizar e transformar linguagens que se expandem e se especializam através da materialidade extensa de tecnologias, mídias, ciências e artes. É o neodualismo proposto por Logan para corrigir o dualismo de Descartes, que entendia a materialidade extensa incapaz de produzir conhecimento (LOGAN, 2012, p. 12). Ou seja, através da dimensão ambiental que caracteriza todo conhecimento passível de gerar produção de sentido, envolvem-se informação, comunicação, tecnologias, ciências e artes:

A noção de informação, independente de seu significado e do contexto, é algo semelhante a olhar para uma figura isolada de seu fundo. Quando o fundo muda, muda também, o significado da figura (LOGAN, 2012, p. 35).

Como se observa, Logan parte da Segunda Lei da Termodinâmica ou do território da Física para definir, considerando a forte influência de McLuhan sobre seus trabalhos, a operação reflexiva e ecológica desenvolvida por um receptor para atingir um conceito de informação de base estrutural como significado que é “dado pelo processo que o interpreta” (LOGAN, 2012, p. 40). Próximo ao conceito de Logan, mas partindo da consideração da matriz espacial da informação, Augustin Berque (2000, p. 99) fala em desdobramento ecumênico, material e imaterial de natureza ambiental que atinge todos os seres vivos em distintos graus de complexidade, mas que, para o homem, constitui sua mediação.

Ainsi s’est constitué notre corps médial. La structure qui s’est de la sorte mise en place partage l’être de l’humain pour ainsi dire en deux moitiés, dont l’une est notre corps animal, l’autre notre corps médial. Cette division en deux moitiés qui étend notre être du foyer de notre corps animal jusqu’à l’horizon de notre monde, c’est le moment structurel de notre existence. C’est notre médiance (BERQUE, 2000, p. 127).³

Nessa escalada de complexidade, encontra-se a característica interativa que caracteriza a atividade estrutural de produção de informação como traço distintivo ecológico entre as espécies vivas, na procura por um equilíbrio cada vez mais estável para a sobrevivência, embora, no caso do homem, essa procura esteja muito além da simples adaptação (LOGAN, 2012,

3 “Assim se constitui nosso corpo midiático. A estrutura que através dele se evidencia divide o corpo humano, por assim dizer, em duas metades, das quais uma é a parte animal do nosso corpo, a outra, nosso corpo social. Essa divisão em duas metades que se estende do interior do nosso corpo animal até o horizonte do nosso mundo é o momento estrutural de nossa existência, é nosso poder midiático” (BERQUE, 2000, p. 127).

p. 69). Nesse sentido, é possível entender todo processo de produção e organização da informação como complexo percurso que ultrapassa a simples tendência mimética que caracteriza todos os seres vivos para conformar-se, no caso do homem, como “mente estendida” que prolonga aquele percurso e atinge todas as atividades que, indo além da mimese, coordenam-se em todas as demais atividades criativas que atingem a linguagem, a tecnologia e as artes, embora distingam-se entre instâncias materiais e não materiais. Como não materiais, a linguagem, a tecnologia e as artes diferem da biosfera e constituem a simbolosfera, onde se desenvolve complexa atuação que se estende das instâncias materiais às imateriais. Entretanto,

O domínio simbólico da linguagem humana e da cultura é um produto do pensamento conceitual humano e elas representam fenômenos emergentes e a propagação da organização. Elas diferem dos organismos vivos que povoam a biosfera na medida em que são abstratas, conceituais e simbólicas, e não materialmente instanciadas, com exceção da tecnologia. No caso da tecnologia, são os conceitos e a organização usados na criação das ferramentas físicas que são emergentes e se propagam, não as ferramentas físicas reais (LOGAN, 2012, p. 150-151).

As dimensões material e imaterial da tecnologia tornam-na detentora de complexa característica que atinge, como consequência, sua propagação: os programas tecnológicos criados pelo homem se propagam porque são por eles criados; entretanto, os dispositivos tecnológicos evoluem tecnicamente, mas não são passíveis de propagação evolutiva enquanto informação. Diferem, portanto, a tecnologia dos instrumentos e a informação simbólica que se propaga na medida em que constitui esfera específica da criação do homem. Essas são as consequências da tecnologia que a fazem sensivelmente distinta.

Há, portanto, duas dimensões da tecnologia que, enquanto propagação da informação, precisam ser consideradas nas suas diferenças: a tecnologia que se desenvolve conforme são criados novos modelos de dispositivos que, não raro, obe-

decem à lógica econômica do mercado e aquela tecnologia que, simbólica, caracteriza diferentes ambientes que trocam informações com seus constituintes e, como consequência, apresentam dimensões sociais, comunicativas, culturais, econômicas e políticas que atingem o homem em toda a sua complexidade, enquanto ser vivo e interativo. A mediação que nos interessa estudar está diretamente relacionada à segunda dimensão.

2. A mediação da linguagem

Desde os processos produtivos, econômicos e financeiros da globalização, é necessário observar que a rede tecnológica mundial provida pelo digital constitui característica básica da modernidade produtiva, porém ela não é suficiente para absorver toda a complexidade das trocas simbólicas que também são operacionalizadas pela mesma tecnologia digital:

Dizer que tudo é informação e troca não é suficiente para criar uma nova economia. Existe, por um lado, a Rede, aceleradora da circulação e da rentabilidade do capital, e por outro lado a Rede, criadora em si de valor e de riqueza. Ao contrário do que é dito, não há ligação direta entre as duas: o problema da criação de valor, portanto, do elo entre informação e produção, que sempre foi o coração da economia, não está de fato regulado.

Depois, não é suficiente que os homens troquem muitas informações para que se compreendam melhor. São os planos culturais e sociais de interpretação das informações que contam, não o volume ou a diversidade dessas informações. [...] Por isso, em algum momento, é preciso também aconselhar o internauta a sair da comunicação *mediatizada* e se confrontar com a comunicação natural humana e social. Daí a importância dos contatos, da voz, dos olhares, além da troca de signos. Atenção às solidões interativas! (WOLTON, 2008, p. 150).

Conforme observado no item anterior, a citação deixa clara a diferença entre as duas dimensões tecnológicas, mas, so-

bretudo, salienta que midiatização não se refere, apenas, ao uso da rede ou dos dispositivos disponibilizados pela capital tecnológico; ao contrário, midiatização está mais diretamente ligada ao território organizado ambientalmente pela troca e evolução da mente e dos valores humanos. Mediatizam-se informações e consequências providas pela tecnologia e não propriamente as tecnologias.

A midiatização provida pela organização e propagação da informação exige a reinvenção dos valores e das relações humanas capazes de redirecionar os sistemas técnicos, levando-os a considerar que, embora planetária, a rede conecta diferenças culturais, sociais, linguísticas e produtivas que tornam heterogêneo aquilo que, tecnicamente, se apresenta como homogêneo. A midiatização usa os recursos técnicos, mas sua característica informacional é feita de múltiplas diferenças. Vivemos em um planeta tecnologicamente conectado, mas múltiplo e diferente; daí midiatização não se refere ao mundo tecnológico no qual vivemos e do qual, parece, não queremos escapar, mas refere-se ao modo como podemos reinventar o mundo e as relações humanas, e esse é um programa eminentemente político, ao qual as midialogias contemporâneas estão diretamente atentas. Não há projeto midiatizado que não contemple diferenças e multiplicidades que, embora tecnologicamente mediadas, constituem a única possibilidade de reinvenção digna da capacidade do homem de gerar informação e produzir afetos. Altera-se o território aparentemente homogêneo da midiatização e muda o lugar das relações humanas.

3. *Software* não existe

Friedrich Kittler é apontado por Gumbrecht (2017, p. 515) não só como um estudioso precoce das mídias que resultam da técnica atual e de sua genealogia que remonta à retórica dos gregos, mas, sobretudo, como um autor que pressentiu a importância que a técnica passaria a ter em futuro não muito distante da data da sua morte prematura em 18 de outubro de 2011.

Em “*Software* não existe”, publicado pela primeira vez em 1993, podemos encontrar, desde os primeiros parágrafos, a base desse pressentimento:

Não importa se o Oriente explode. Só importa aquilo que está acontecendo no mundo ocidental: uma implosão, primeiro da alta tecnologia, depois também de um canteiro de significantes, que, de outra forma, talvez ainda chamássemos de “espírito do tempo” [Weltgeist]. Sem técnica de computadores não existiria desconstrução, disse Derrida em Siegen. Escritos e textos não existem mais em tempos e espaços perceptíveis, mas apenas nas células dos transistores de computadores (KITTLER, 2017, p. 373-374).

Observando a analogia entre a escrita não isolante ocidental e a natureza tecnológica do *software*, Kittler observa, com a sagacidade de um estudioso curioso, mas desconfiado das suas descobertas, que o *software* não existe se comparado à complexa programação do *hardware* que executa ações programadas e, como consequência, discretas e não manipuláveis, embora calculáveis, como observara Turing ao propor sua invenção maquina:

Essa pós-moderna Torre de Babel hoje já se estende desde simples códigos de instrução, cuja extensão linguística ainda é uma configuração de *hardware*, e a linguagem de montagem, cuja extensão são aqueles códigos de instrução, até as chamadas altas linguagens, cuja extensão – após vários desvios por interpretadores, compiladores e ligadores – volta a ser a linguagem de montagem. [...] Toda formalização, no sentido de Hilbert, tem o efeito de abolir a teoria, simplesmente porque “a teoria de um sistema de expressão já irrelevante, um sistema de orações compostas por seqüências de palavras que, por sua vez, são compostas por seqüências de letras. Por isso basta analisar a forma para identificarmos que uma combinação de palavras é uma oração, uma oração é um axioma e consequência imediata de outra.”⁴

Se significados são reduzidos a orações, orações, a palavras; e palavras, a letras, então o *software* não

4 Stephen C. Kleene, citado por Robert Rosen, “Effective Processes and Natural Law”, in *The Universal Turing Machine: A Half-Century Survey*, org. Rolf Herken, Hamburg, Berlin, Oxford, 1988, p. 527.

existe. Ou melhor, não existiria se os sistemas de computadores não tivessem que coexistir em um ambiente de línguas cotidianas (KITTLER, 2017, p. 377-380).

Entender que o *software* deve ser a escritura do *hardware* justifica a analogia entre o *software* e o sistema de línguas não isolantes que caracteriza quase todas as línguas ocidentais, e, nessa aproximação analógica, compreende-se por que o *software* não existe. Admitir que ele só se sustentaria como linguagem do *hardware*, se fosse capaz de gerar seu próprio sistema significativo e sua própria semântica alheios à matriz programada do *hardware*, seria necessário considerar que o *software* é tão simbólico como qualquer linguagem e, portanto, capaz de trocar informações com o meio ambiente que o envolve e muito distante da programação de um sistema técnico. Se o *software* não existe, a linguagem técnico-digital é, tão somente, uma programação.

A visão de mundo tecnológico de Kittler é a de um mundo sem *software*, sem linguagem e, sobretudo, sem consciência ética ou política da tecnocracia substancial do cotidiano. A presença excessiva de um *software* ausente como linguagem explica a razão pela qual o filósofo da técnica e o estudioso da teoria da mídia se refugia, no final do século e mais precisamente a partir de 1995 (GUMBRECHT, 2017, p. 517), na cultura grega à procura de um desvelamento, capaz de superar a técnica programada que limitaria a consciência e a autonomia do ser. Sem ser um apocalíptico, Kittler não foi um integrado, mas procurou, na sua Teoria da Mídia, o sentido da tecnicidade para o homem.

4. Um presente sem história

A epígrafe de McLuhan que inicia esse trabalho chama atenção não só para as transformações culturais decorrentes dos novos meios, mas para a absorção daqueles meios, que será tão rápida quanto mais densa for a interiorização desses novos recursos tecnológicos que os aproximam da biologia. Mas essa interiorização exige uma dimensão histórica, por mais ilusória que possamos considerar essa pretensão em um momento que

parece ter superado a história, ao nos obrigar a falar em “tempo real”.

Entretanto, essa necessidade de pensar essa história ressoa no volume de várias vozes teóricas do presente que precisam ser recuperadas, a fim de que não seja possível perder seu compasso e não as transformemos em outra alienação.

Gunther Anders (2003), ao estudar os meios massivos, sobretudo a televisão, procura entender a axiologia daqueles meios que entregam a domicílio a experiência do mundo:

Quale essere povero di istinti, l'uomo, per essere al mondo, doveva esplorare il mondo successivamente, cioè: a posteriori, farne esperienza e imparare a conoscerlo, prima di potersi dire giunto in porto e provvisto di esperienza: la vita consisteva in un viaggio di scoperta. [...] Ora che il mondo viene all'uomo, che gli viene fatto entrare in casa in effigie, tanto che egli non ha bisogno di prenderne contatto diretto – il viaggio di scoperta e di apprendimento è superfluo, e, poiché quanto è superfluo si atrofizza, è diventato impossibile (ANDERS, 2003, p. 136).⁵

Esse mundo cotidiano inteligente exige a alienação que constrói a narrativa da crença em um mundo estável e definitivo. Embora Anders se refira à televisão, seu discurso faz ressoar a concepção de uma falsa experiência que levaria o homem a considerar ter chegado ao fim da sua complexidade ou da sua história. Em consequência, para aquele mundo inteligente, não assumir essa crença é ser antiquado, mas “l'uomo non è un essere fisso” (ANDERS, 2003, p. 315).

Fazendo ressoar a mesma tônica, Lev Manovich pergunta-se:

5 “Como ser pobre de instintos, o homem, para estar no mundo, precisava explorar o mundo, isto é, experimentá-lo e aprender a conhecê-lo *a posteriori*, antes de poder considerar-se orientado e provido de experiência: a vida consistia em uma viagem de descoberta [...] Agora que o mundo se dispõe ao homem e entra em sua casa como uma effigie, sem que seja necessário ter contato direto com ele – a viagem de descoberta e de aprendizagem é supérflua e, visto que tudo aquilo que se atrofia é supérfluo, a descoberta do mundo tornou-se impossível!” (ANDERS, 2003, p. 136).

Mi análisis de los nuevos medios los encuadra en la historia de los medios y culturas visuales modernos. ¿De que manera se valen de los viejos lenguajes y formas culturales? ¿Hasta que punto rompen con ellos? Que tiene de específico el modo en que los objetos de los nuevos medios crean la impresión de realidad, se dirigen al espectador y representan el tiempo y el espacio? ¿Como actúan las convenciones y técnicas de los viejos medios, como el encuadre rectangular, el punto de vista móvil y el montaje, en los nuevos? Si elaboramos una arqueología que vincule las nuevas técnicas con las antiguas técnicas de representación y de simulación, ¿donde cabría situar las rupturas históricas fundamentales? (MANOVICH, 2006, p. 51-52).⁶

Superar o cômodo reconhecimento de um mundo fixo e definitivo exige perceber que se a tecnologia se transforma, o homem também não é fixo e único, não se torna antiguidade se não adere ao efeito dos meios; ao contrário, aquela interiorização exige a experiência da vida com os meios sem ser determinada por eles, exige verificar como o homem se lança no tempo histórico a partir dos meios que não lhe são externos ou fantasmas, mas o projetam na história da sua tecnicidade e lhe permitem reconhecer, na técnica, outra face de si mesmo. Nesse sentido, poucos temas parecem estar tão próximos e exigem reconhecer que criatura e criador não se alienam. Conectados, ambos constituem a experiência que, na atualidade, invade nosso cotidiano, nosso modo de pensar impregnados de velocidade tecnológico-digital. A história do presente em tempo real exige nossa atenção epistemológica, e nela se encontra a midiatização que vai muito além da simples, natural e irrefutável presença do

6 “Minha análise dos novos meios os encuadra na história dos meios e culturas visuais modernos. De que modo se valem das velhas linguagens e formas culturais? Até que ponto rompem com elas? O que há de específico no modo como os objetos dos novos meios criam a impressão de realidade, se dirigem ao espectador e representam o tempo e o espaço? Como atuam as convenções e técnicas dos velhos meios, como se dão, nos novos meios, o enquadramento retangular, o ponto de vista móvel e a montagem? Se elaboramos uma arqueologia que vincule as novas técnicas de criação pelo computador com as antigas técnicas de representação e de simulação, onde poderíamos situar as rupturas históricas fundamentais?” (MANOVICH, 2006, p. 51-52).

digital na construção do homem atual, que, sem ser antiquado, não pode se esquecer da sua antiguidade.

Se considerarmos a Segunda Lei da Termodinâmica e sua irreversibilidade informacional, voltada para a produção de um conhecimento cada vez mais entrópico e inseguro, mas cada vez mais rico, nos vemos obrigados a considerar a tecnologia que impregna nosso cotidiano como nossa realidade e com a qual é necessário operar. Não somos mediados, mas estamos em mediação, e, nessa necessidade histórica do presente, é indispensável saber como mediamos. A mediação não nos é predicada pela modernidade, ao contrário, exige ser pensada como aquilo que nos pertence e com a qual estamos em experiência.

Nesse sentido, a extraordinária atualidade do pensamento de Simondon o leva a conjecturar sobre a dúbia e dúplice relação entre homem e máquina:

La cultura se comporta con el objeto técnico como el hombre con el extranjero cuando se deja llevar por la xenofobia primitiva. El misonéismo orientado contra las máquinas no es tanto odio a lo nuevo como negación de la realidad ajena. Ahora bien, este extranjero todavía es humano, y la cultura completa es lo que permite descubrir al extranjero como humano. Del mismo modo, la máquina es el extranjero; el extranjero en el cual está encerrado lo humano, desconocido, materializado, vuelto servil, pero mientras sigue siendo, sin embargo, lo humano. La mayor causa de alienación en el mundo contemporáneo reside en este desconocimiento de la máquina, que no es una alienación causada por la máquina, sino por el no-conocimiento de su naturaleza y de su esencia, por su ausencia del mundo de las significaciones, y por su omisión en la tabla de valores y de conceptos que forman parte de la cultura (SIMONDON, 2007, p. 31-32).⁷

7 “A cultura se comporta com o objeto técnico como o homem com o estrangeiro quando se deixa levar pela xenofobia primitiva. A aversão orientada contra as máquinas não é tanto por ódio contra o novo, mas negação da realidade desconhecida. Entretanto, esse estrangeiro é humano e a cultura completa é aquela que permite descobrir, no estrangeiro, o humano. Da mesma maneira, a máqui-

Como se observa, tecnologia e homem não atuam à revelia; ao contrário, são mútuas extensões que se completam e se perfazem midiaticamente; nesse sentido, o que se pode entender por midiatização se confunde com tecnicidade como instrumento entrópico, mas evolutivo da técnica e do homem. Essa é a realidade cultural e epistemológica da midiatização; resta saber como ela pode ser apreendida através da experiência e das matrizes epistemológicas e cognitivas que lhe estão na raiz.

5. A genealogia política da midiatização

Se a interiorização dos meios técnicos lhes valida a potência, o significado das tecnologias na vida social não se encontra nelas próprias, mas nas suas consequências, assim como todo meio técnico encontra seu significado nos meios que lhe são anteriores (McLUHAN, 1969, p. 76). Um mecanismo inteligente dos meios e das midiatizações orienta a compreensão das transformações sofridas pela cultura e colabora para o desenvolvimento de um conhecimento construído, ao mesmo tempo, por uma epistemologia dos meios técnicos que ultrapassa seu simples uso fenomenológico e cria, em contraponto, o próprio conceito de midiatização. Estabelece-se, portanto, entre meios técnicos e midiatização um *continuum* epistemológico que faz com que ambos se vigiem e se controlem em uma espécie de conaturalidade realista. A tecnicidade é, portanto, esse princípio inteligente que faz com que os meios interfiram nas midiatizações, enquanto os criadores coordenam o uso das suas criaturas. Nesse sentido, sobra a questão de saber como se constrói ou tem sido construído aquele princípio que estabelece vínculos entre tecnologia e midiatizações comunicativas, embora cada uma delas se apresente como independente, ou como se a segunda não fosse senão simples efeito linear da primeira.

na é o estrangeiro, é o estrangeiro no qual está encerrado o humano, desconhecido, materializado, tornado servil, embora continue sendo, apesar de tudo, humano. A maior causa de alienação do mundo contemporâneo reside nesse desconhecimento da máquina, mas não é uma alienação causada pela máquina, mas pelo não conhecimento da sua natureza e essência, pela sua ausência no mundo das significações e pela sua omissão na tábua de valores e de conceitos que têm lugar na cultura" (SIMONDON, 2007, p. 31-32).

Se os meios técnicos estão atrelados à virtualidade de um presente sem história, a mediação parece estar marcada por aquele efeito programado tecnologicamente que a destina à hegemonia de um tempo que controla cotidianos, ações, comportamentos e lhes reserva um devir previsível, mas sempre aparentando uma diversidade social e cultural que parece ser a manifestação comunicativa mais abrangente do contemporâneo.

Embora exageradamente previsível nos efeitos que podem decorrer dos distintos usos dos meios, subjaz ao conceito de mediação seu caráter de resultado de uma ação dos meios, nas suas distintas atuações técnicas. Entretanto e sob essa ação, estão presentes, nos traços arqueológicos das mediações, as configurações sociais, culturais e políticas que constituem a raiz da própria comunicação e, em consequência, das mediações. Portanto, não é possível pensar em mídias e seus efeitos sem observar as distintas maneiras de entender o modo como se pensam ou se têm pensado as comunicações em suas midialogias e as complexas dimensões socioculturais inerentes às mediações em sua indefectível raiz política que constitui base genealógica da comunicação. Não é possível estudar mídias, midialogias e mediações sem considerar as respectivas bases políticas.

6. Mediações: poder e potência

As bases políticas da mediação não são únicas, mas plurais e irregulares, ou seja, podem se manifestar como política de poder de ação planejada, assim como potência operativa ou inoperante de potência de ação, sujeita ao livre exercício de escolha e de expressão. Acompanhando, em alguma medida, reflexões de Agamben (2014, p. 311 e 2018, p. 59), observa-se que são consideradas duas possibilidades políticas: poder de ação e potência de ação, mas se a primeira é necessariamente constituída por um poder estabelecido e representado, a segunda é constituinte de si mesma na dinamicidade que a identifica como ação ou inação, mas, nos dois casos, características de potência e resistência. Mediações têm dupla face: são submissões ou decisões, controle ou crítica.

Embora a complexidade das mediações as caracterize no território de múltiplas epistemologias, há alguns elementos essenciais que precisam ser considerados:

1. Indo além da linearidade do simples círculo de ações e reações que, embora dinâmicas, são sempre previsíveis, as mediações se organizam pela ação que as define como ação ou inação, como poder de controle e disciplina ou potência de nada fazer. Resistência supõe crítica e escolha dos modos de ação, mesmo que se evidenciem como inação.
2. As mediações contemporâneas são diretamente atingidas pelas polarizações que, observando, classificando, hierarquizando, centralizando ou limitando, desenvolvem paradigmas, aparentemente ocultos, mas capazes de governar nossa visão de mundo e nossos valores cognitivos e, frequentemente, éticos. Nessa polarização discursiva e epistemológica, as civilizações ocidentais deixaram-se marcar por dimensões únicas e monológicas às quais se creditaram parâmetros de certeza e segurança que a própria transformação tecnológica está demolindo. Entretanto, há um largo deslocamento a ser desenvolvido nesse percurso que, à semelhança de uma revolução científica (KUHN, 1975), aponta para incertezas que constroem as contradições, as provisórias e as multiplicidades epistemológicas do contemporâneo.
3. Sem ingênua crença nas possibilidades de reversão espontânea dessa realidade, mas enfrentando sua complexidade, é possível acionar aquela potência de ação que pode fazer com que os homens sejam senhores do seu destino e assumir que tudo se desenvolve de modo entrópico e longe de qualquer parâmetro de equilíbrio.
4. Agora, a civilização ocidental se distingue pela urgência de encontrar outras marcas culturais, mas, para tanto, urge redescobrir/reinventar um ocidente que não esconda a vida, mas a revele nas suas

diferenças que contemplam desigualdades e multiplicidades. Se no ingênuo equilíbrio de uma epistemologia mediativa o conhecimento era seguro porque monológico, na contradição das novas mediações encontra-se uma epistemologia responsável por diálogos entre contradições e desencontros.

5. Superando o sofisma humanista de igualdades que banalizam diferenças, é necessário observar que toda ação humana tem a marca que estabelece a única certeza contemporânea: em desigualdades e polaridades, a civilização ocidental evidencia territórios em confronto e, indo além do espetáculo, precisa encontrar outro ponto distante do equilíbrio, mas visível, para que se estabeleçam possibilidades de expressão e escolha que constituem a urgência contemporânea. Vivemos esferas desiguais de mediações, mas estamos aptos para escolher e decidir. Essa é a dimensão política que está na raiz da tecnologia dos meios que transformam o planeta em aldeia, das midialogias que ainda precisamos produzir e, sobretudo, das mediações que precisam contemplar a dimensão política de uma ética epistemológica, capaz de revelar outros matizes da comunicação como área de conhecimento.
6. Nessa política, em lugar de limites, se estabelecem fronteiras porosas entre territórios, países, nações, aldeias que transformam a notícia global em noticiabilidade performática e estabelecem contatos, não só geográficos e históricos, mas sobretudo subjetivos. Nessa noticiabilidade, o planeta é poroso e está em fronteira com todos os lugares do mundo; portanto, estamos em comunicabilidade.

7. Mídias, midialogias, mediações

Mídias, midialogias, mediações são matrizes epistemológicas dependentes, embora cada uma delas observe de-

mandas específicas e assinale mudanças e alternâncias de percurso investigativo, metodológico e cognitivo. Entretanto, é necessário ponderar que, entre mídias e midiatização, tecnologia e comunicação, homem e máquina, apresenta-se uma conaturalidade que confirma a tecnicidade como princípio característico da subjetivação contemporânea.

As midialogias que estudaram os meios técnicos como instrumentos para uso de uma comunicação utilitária observaram polarizações conceituais que atendiam a demandas epistemológicas das Teorias da Comunicação notadamente de massa, que, entretanto, e como indústria cultural, já apresentavam características sociais e políticas distintas. Observar essas características é fundamental para que se perceba a tensa articulação entre conceitos de comunicação que, à revelia da informação e sobretudo obedecendo a uma tendência linear-utilitária, estão presentes nas primeiras midialogias que desconheciam diferenças entre matrizes conceituais e optaram por uma epistemologia amparada na convicção da certeza investigativa. Desse modo, afastaram-se das possibilidades heurísticas que, considerando as bases fenomenológicas, mas superando-as, procuram, no contemporâneo, uma *arché* genealógica que pode dar origem a outros conceitos de comunicação ou a uma evolução desses conceitos atentos à estreita, mas tensa relação que se pode observar entre comunicação e informação, entre tautologias de simples causalidade e as complexidades cognitivas interessadas na produção do conhecimento novo. Nessa densidade, é possível flagrar a relação nada evidente, mas profunda, que se estabelece entre meios técnicos e meios comunicativos e, sobretudo, instiga a saber que relação se estabelece entre meios, midialogias e midiatização.

Atualmente, não é possível estudar meios, midialogias e midiatização como conceitos e epistemologias desvinculados, pois entre eles se estabelecem relações que os aproximam, embora se observem, em cada um, características específicas. Na realidade, levanta-se como hipótese admitir que a evolução das relações entre meios técnicos e comunicativos interferiu no modo e no sentido do que se pode entender por midialogias da comunicação e, sobretudo, perceber as consequências que aquelas relações estão construindo entre processos de midiatização

que, embora atingidos pelas novas tecnologias digitais, são distintos enquanto comunicação e informação.

Ou seja, essas tecnologias estão na raiz das diferenças que se podem observar nas midialogias contemporâneas que, com forte coloração política entendida como matriz de uma nova epistemologia da comunicação, exigem a superação das certezas conceituais e metodológicas que pareciam ter definido, de uma vez por todas, o que se entende como comunicação, que, transmissiva, apresentava-se como instrumento utilitário de poder, na utilização dos meios técnicos manipulados administrativamente. Viver entre meios exige que identifiquemos outro ambiente informacional e a produção de uma epistemologia provisória, mas atenta às diferenças midialógicas que se fazem urgentes.

É indispensável reconhecer que o desenvolvimento das tecnologias digitais acelerou a relação entre comunicação e informação e permitiu aproximar, de modo entrópico e inseguro, mas certamente mais consequente do ponto de vista cognitivo, outras bases de estudo para a comunicação, que, finalmente, parece obrigada a reconhecer que a dimensão política lhe é inerente, assim como ela é matriz da cultura (FLUSSER, 2014, p. 45). Essa dimensão política considera não apenas a relação entrópica que se estabelece entre informação e comunicação, mas também a intrínseca diferença entre mediações e interações, entre emissão e recepção, entre receptor e público, entre comunicação de mensagens e estratégias de conhecimento, entre bases monolíngues e aventuras dialogantes abertas à alteridade como possibilidade comunicativa, embora irregular e imprevisível.

Nessa dimensão, a mediação que interessa estudar na contemporaneidade exige perceber que meios, midialogias e mediação são convergentes e podem se relacionar, mas também e sobretudo que a comunicação contemporânea não pode dispensar raízes genealógicas que valorizam suas bases políticas e consideram comportamentos compatíveis com um planeta em vertiginosa transformação, mas atento à construção de valores, relações e processos culturais que privilegiam contatos, afetos, multiplicidades e diferenças entre todos.

Referências

- AGAMBEN, Giorgio. Opera e inoperosità. In: *L'uso dei corpi*. Vicenza: Neri Pozza, 2014. p. 311.
- AGAMBEN, Giorgio. O que é o ato de criação. In: *O fogo e o relato*. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 59.
- ANDERS, Günther. *L'uomo è antiquato*. Turin: Bollati Boringhieri, 2003. p. 136.
- BERQUE, Augustin. *Écoumène: Introduction à l'étude des milieux humains*. Paris: Belin, 2000. p. 150 e 151.
- FLUSSER, Vilén. *Comunicologia: reflexões sobre o futuro*. São Paulo: Martins Fontes, 2014. p. 45.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. A história das mídias como evento da verdade: sobre a singularidade da obra de Friedrich A. Kittler. In: KITTLER, Friedrich A. *A verdade do mundo técnico: ensaios sobre a genealogia da atualidade*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2017. p. 515.
- KITTLER, Friedrich. Software não existe. In: *A verdade do mundo técnico: ensaios sobre a genealogia da atualidade*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2017. p. 377 e 380.
- KUHN, Thomas. *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- LOGAN, Robert. *Que é informação? A propagação da informação na biosfera, na simbiosfera, na tecnosfera, na econosfera*. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC-Rio, 2012. p. 150 e 151.
- MANOVICH, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós, 2006. p. 51 e 52.
- McLUHAN, Marshall; McLUHAN, Eric. *Laws of Media: The New Science*. Toronto: University of Toronto Press, 1988. p. 109.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding Media)*. São Paulo: Cultrix, 1969. p. 76.
- MOUFFE, Chantal. *O regresso do Político*. Lisboa: Gradiva, 1996. p. 13.

- SIMONDON, Gilbert. *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2007. p. 31 e 32.
- WOLTON, Dominique. Pensar a Internet. In: *Genealogia do virtual*. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 149 e 150.

Polarização como estrutura da intolerância (uma questão comunicacional)¹

Polarization as a structure of intolerance (a communicational issue)

José Luiz Braga²

RESUMO: O artigo propõe que a intolerância atinge seu grau mais problemático quando estruturada como polarização, e faz uma abordagem comunicacional dos mecanismos internos dessa estrutura. Explicita a comunicação como um trabalho da articulação de diferenças que organiza compartilhamentos e inferências de ajuste. O item central do artigo elabora a definição de polarização como a convivência inevitável de adversários, restrita ao supercódigo de sua diferença exacerbada em estrutura binária, excludente de inferências relativas a outras dimensões, e cujas ações não podem deixar de se interferir mutuamente. Discute ainda os aspectos de simetria e assimetria da estrutura. Faz uma observação de ângulos pelos quais a polarização se relaciona com a midiaticização da sociedade. A conclusão, assinando a dificuldade de desmontagem da estrutura polarizada, mostra alguns desafios envolvidos nesse enfrentamento, no país.

PALAVRAS-CHAVE: Polarização. Intolerância. Comunicação.

1 Este artigo, aqui republicado, baseado em palestra originalmente apresentada no III Seminário Internacional de Midiaticização (PPG em Ciências da Comunicação, Unisinos), foi publicado como capítulo do Livro Compós 2020, Bárbara Heller, Danila Cal, Ana Paula da Rosa (org.), *Midiaticização, (in)tolerância e reconhecimento*, Salvador: EDUFBA, 2020, p. 19-35.

2 Professor Titular PPGCC-Unisinos e pesquisador CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3742-1119>. E-mail: bragawarren@gmail.com

ABSTRACT: The article proposes that intolerance reaches its most problematic degree when structured as polarization and makes a communicational approach to the internal mechanisms of this structure. It explains communication as a work of articulating differences that organizes sharing and inferences of adjustment. The central item of the article elaborates the definition of polarization as the inevitable coexistence of opponents, restricted to the supercode of their exacerbated difference in binary structure, excluding inferences related to other dimensions, and whose actions cannot fail to interfere with each other. It also discusses aspects of symmetry and asymmetry of the structure. It makes an observation of angles through which polarization is related to the mediatization of society. The conclusion, pointing out the difficulty of dismantling the polarized structure, shows some challenges involved in this confrontation in the country.

KEYWORDS: Polarization. Intolerance. Communication.

1. Introdução

A intolerância atravessa a história, como uma questão referida aos desafios da civilização. Considerando a pluralidade dos seres humanos – em comportamento, culturas, interesses e opiniões, motivações e preferências, além das diferenças socialmente produzidas –, observa-se com frequência uma recusa entre assumidos como diferentes, levando a uma intolerância opressora, malgrado a importância hoje percebida (mas pouco realizada) de reconhecimento e valorização da diversidade humana.

Voltaire, em seu *Tratado da tolerância*, argumentou que

o direito à intolerância é absurdo e bárbaro: é o direito dos tigres, e isso é horrível, pois os tigres não estraçalham senão para comer, e nós nos exterminamos por parágrafos (1763, p. 39 – tradução nossa).

Certamente, toda intolerância é absurda e bárbara – mas se torna particularmente detestável em situações polarizadas, que estimulam sua exacerbação, desenvolvendo uma organização estruturadora de comportamentos humanos.

A variação das características e da intensidade do fenômeno da polarização, de posições e atitudes, se manifesta por diversos ângulos. Há graus diversos na ferocidade possível, podendo chegar à violência física entre pessoas, ou situação de guerra entre países. Mesmo fora destes extremos, os riscos interacionais deterioram a sociedade e provocam danos.

Há variação, também, de modos expressivos. Atitudes e comportamentos que costumam ser associados a situações de polarização – intolerância, incivilidade, antagonismo, má-fé argumentativa, *fake news*, hostilizações, discursos de ódio, proposições excluídas – são ao mesmo tempo sintomas e reiteração do processo.

O tema da intolerância na polarização aparenta ser uma questão sociológica ou política, entre outras ciências humanas e sociais. Vamos tratar o tema, entretanto, como uma questão comunicacional, perspectiva legítima para sua abordagem, na medida em que pode fornecer contribuições específicas para uma compreensão abrangente.

O objetivo de uma perspectiva comunicacional, para todas as questões sociais, é o de perceber os aspectos especificamente *de comunicação* nessa diversidade de situações, ampliando sua compreensão e viabilizando um enfoque praxiológico.

Os comportamentos referidos ocorrem facilmente como parte de processos comunicacionais, em todos os sistemas de interação social. São expressões sociais de conflito, de passionalidade, de emoções exacerbadas no próprio processo da comunicação entre pessoas, sempre que suas diferenças sobressaem, e por todo o tempo em que não encontrem ou não busquem possibilidades de entendimento minimamente produtivo para os objetivos da tensão.

Por outro lado, a ênfase no ângulo da emocionalidade pode restringir a atenção à superfície comportamental, como se bastasse um esforço voluntário dos participantes para um esfriamento de ânimos, uma atitude de sensatez. Isso tende a banalizar a questão, reduzindo a preocupação a um cuidado apenas com a intensidade.

Acreditamos que a situação do país – embora se demarque, efetivamente, pela intensidade e abrangência do fenômeno – pede uma análise mais substancial que a de apontar o conflito e a emocionalidade.

O artigo não se volta para toda a diversidade de situações conflitivas que podem ser expressas por aqueles indicadores interacionais de comportamento; limita-se a refletir sobre alguns mecanismos internos que caracterizam a *polarização*, assumindo que perceber as lógicas em ação, na especificidade de uma ocorrência, pode ampliar as chances de uma práxis voltada para enfrentar os riscos envolvidos. Certamente, nos episódios concretos, os mecanismos serão diversos – mas acreditamos que essa aproximação reflexiva pode ser uma heurística adequada para a investigação de específicos em sua diversidade empírica.

*

No espaço deste artigo não darei exemplos referidos a nossa atualidade. Não se trata de considerar que um texto reflexivo dispensa concretizações – mas temos exemplos cotidianos nos jornais diários e nos sites alternativos. Não é por outra razão que vemos o tema se tornar, quase de repente, uma questão que se impõe a todos – em nosso dia a dia, em nossos receios, perante o risco – mais que iminente, em curso – de esfacelamento de processos plurais e diversificadores que devem sustentar a complexidade de uma verdadeira cidadania. Nem por outra razão o III Seminário Internacional de Miatização marca, com seu tema, a urgência de reflexões que devem ir além da postura recusadora do atual estado das coisas. Os exemplos estão disponíveis particularmente no Brasil, mas também em nível global – quando consideramos o avanço da extrema-direita em muitos países, com suas estratégias de “pensamento único”, que divide as sociedades entre os que reforçam polarizações e os que são aí oprimidos.

As presentes reflexões são baseadas em observação empírica, encontrada em jornais, emissões de televisão e consultas a circuitos de internet. Observação que, na circunstância, coincide ponto a ponto com a circulação informativa de atualidade recebida pelo cidadão, em seu dia a dia, reforçando a miatização como arena em que se dão os embates.

2. Uma perspectiva comunicacional

A perspectiva comunicacional não esvai os aspectos diversos dos processos sociais estudados pelas demais CHS. A

posição implica, apenas, não aceitar que processos comunicacionais sejam epifenômeno de qualquer destas disciplinas, mero recurso a serviço dos processos sociais que estas estudam. A comunicação faz *parte constituinte* das ocorrências políticas, sociais, culturais. É relevante estudar, nestas, as incidências e processualidades de ordem comunicacional presentes, seus modos e suas lógicas – objetivando o desenvolvimento de tal percepção em modo transversal às demais áreas.

Isso não implica que a Comunicação seja um conhecimento interdisciplinar. Busca elaborar suas perspectivas próprias sobre quaisquer fatos sociais, sem desconhecer suas especificidades e inserções. Assim como a História – que, podendo se voltar para a política, a cultura, as artes, o conhecimento, a literatura, o faz *por suas perspectivas próprias*, de conhecimento histórico, e não como se fosse interdisciplinar. O que argumentamos aqui é a possibilidade de a visada comunicacional oferecer uma contribuição específica, que se soma aos demais conhecimentos.

Para constituir a perspectiva de comunicação com que observaremos o fenômeno em pauta, sintetizo aqui algumas características do processo interacional que venho elaborando, em artigos recentes.

Considero a comunicação (no ambiente social) como o trabalho das diferenças humanas – para viabilizar a interação nos mais diversos ambientes e por todos os tipos de modalização, acionando recursos materiais e simbólicos; e sofrendo as injunções e incidências dos ambientes tecnológico, natural e cultural que cercam todas as ações humanas. É preciso observar, ao lado das diferenças idiossincráticas, diferenças socialmente construídas, assim como as circunstâncias em que essa construção se faz.

No trabalho das diferenças, a comunicação não é o espaço do consenso: é antes o âmbito do reconhecimento de diferenças e do trabalho de compartilhamentos em busca de sua articulação eficiente. A política não se manifesta apenas como relação de forças, mas também e sobretudo como espaço de negociação de diferenças. Perceber, nesse espaço, como se estabelecem as lógicas interacionais é fazer estudo comunicacional.

As questões comunicacionais referem-se, então, ao problema de articular diferentes ordens simbólicas, diferen-

tes processos, posições, preferências – e mesmo idiossincrasias pessoais. Todos os elementos – participantes, contextos, urgências e estratégias – incidem nas interações em curso ou buscadas.

O trabalho da comunicação humana não é o de apagar as diferenças, o que seria constitutivamente impossível, e sim o de viabilizar articulações entre estas, buscar que os tensionamentos resultantes da diversidade sejam produtivos ou superáveis, evitando a geração de rupturas e reduzindo a probabilidade de violência e opressão. É a comunicação que reduz o relativismo das coisas, produzindo sentidos.

Estudando relatos de pesquisa da área da comunicação, mormente no âmbito da Compós, assim como através de observações empíricas em meu grupo de pesquisa (BRAGA et al., 2017), discernimos, através de toda uma diversidade de processos, dois aspectos básicos na ocorrência da interação – que caracterizamos como “códigos” e “inferências”.

O sentido da palavra “código”, no conceito de “códigos interacionais”, é marcadamente distinto do da mesma palavra na teoria matemática da informação. Na teoria informacional, corresponde ao processo de transposição de algo (pensamento, ideia, proposta, informação) em mensagem, de tal modo que a reversão do mesmo código, no ponto de chegada, recupere aquele algo, idêntico ao ponto de partida – trata-se, portanto, de um processo meramente transmissivo.

Na expressão “códigos interacionais”, diversamente, o que temos são elementos pré-compartilhados ou *em compartilhamento*, nos espaços de uma cultura em comum, de uma vivência já dada, no momento do episódio, entre os participantes, com o apoio no qual estes podem, em conjunto, mesmo comportando desacordos e processos interpretativos distintos, elaborar algo que antes não se encontrava pronto ou previsto no episódio interacional.

Já os processos inferenciais correspondem à necessidade interpretativa e de ajuste dos elementos compartilhados à circunstância concreta da interação. Os códigos, sempre necessários, nunca se ajustam rigorosamente às circunstâncias – é preciso que os próprios participantes, por táticas pessoais e estratégias de conjunto, elaborem esse passo necessário.

Os dois componentes assinalam, assim, o aspecto de produção conjunta da comunicação – pela escolha e pela adaptação dos códigos já disponíveis. Mais que apenas a busca dos objetivos próprios dos participantes, o processo comunicacional – em seus múltiplos episódios no âmbito da cultura – gera tentativamente os códigos requeridos, seja por invenção social, seja por adaptação constante e reajustes do já dado. Assim como os códigos sempre requerem inferência – tanto para a articulação entre compartilhamentos não coplanares como para o ajuste à especificidade da circunstância –, o trabalho inferencial, tentativo, no enfrentamento das urgências e desenvolvimento de estratégias, é o que gera e estabiliza códigos interacionais na medida em que as tentativas confirmem sua pertinência. Os dois elementos se elaboram mutuamente, na própria prática da interação comunicacional.

Paralelamente, sublinhamos que os mais simples episódios comunicacionais fazem acionar toda uma diversidade de elementos compartilhados: a língua verbal, a gestualidade, as expressões habituais do conjunto participante, os padrões estabelecidos relativos ao contexto imediato da questão, e ainda os meios e as mediações acionados, com sua panóplia de incidências materiais e simbólicas.

Assinalamos aí dois aspectos centrais:

(a) os códigos assim acionados, processos compartilhados entre os participantes, não correspondem a um padrão contratual, são apenas percepções variadas do acervo pessoal de memórias e hábitos, ou impregnados nos materiais acionados. São referências múltiplas e aproximativas postas em comum;

(b) essa pluralidade de códigos não é pré-ajustada em seu conjunto – ou seja: não há um supercódigo que os articule; e, portanto, o ajuste entre estes vai depender dos processos inferenciais em ação na circunstância.

O jogo entre aspectos compartilhados e trabalho inferencial produz historicamente dispositivos interacionais, pragmaticamente organizados pela sociedade. O conceito de dispositivo, de Michel Foucault, é adaptado a serviço da perspectiva comunicacional (BRAGA, 2018, p. 89), como processo segundo o qual códigos e inferências se elaboram.

3. A estrutura polarizadora

Os processos da polarização se mostram como questão comunicacional na medida em que derivam de diferenças construídas entre seres humanos em convivência, e geram riscos para o trabalho da interação. É importante entender as condições e características de sua ocorrência disruptiva. Em perspectiva praxiológica, esse conhecimento é central para o esforço de correções de rumo, quando o risco se apresenta, ou para o enfrentamento de efetiva disrupção.

O fenômeno da polarização não deve ser confundido com o simples debate de posições contrárias, mesmo veemente. Na polarização não há debate, ou este direciona para a desconexão e para a violência simbólica – que pode, conforme as circunstâncias, chegar à violência física.

Uma característica da polarização se evidencia na própria escolha da palavra para referir o fenômeno. Diante de uma urgência, de um problema a ser enfrentado em que há divergência de perspectivas entre participantes – seja para caracterizar o que é a questão, para definir os objetivos do enfrentamento, ou ainda para elaborar as estratégias –, as posições se organizam em modo binário.

Em qualquer situação contemporânea, convivemos pelo acionamento de códigos múltiplos – relacionados a conhecimentos e a práticas comuns a um número significativo de participantes de uma cultura, e que servem de base para toda uma variedade de ações, harmônicas ou tensas. Cada setor especializado, embora usuário preferencial de determinados dispositivos interacionais específicos, reconhece outros dispositivos presentes na cultura – e percebe a multiplicidade de aspectos diferenciais que os caracterizam. Essa percepção viabiliza interações diversificadas e flexíveis no ambiente social.

Quando as diferenças se organizam com maior variação, favorecem arranjos e composições em que as divergências podem se diluir, oferecendo caminhos para evitar o contrachoque enfático de posições. Mas se o plural se desvanece em binarismo, e a diversidade de posições se submete a uma dupla alternativa artificial, a intolerância prevalece e a polarização se

torna constitutiva e definidora do próprio perfil das diferenças. Se o binarismo opositor é uma condição necessária para o desenvolvimento polarizado, não parece ser suficiente para sua implantação. Faz parte, ainda, dessa organização das coisas uma sobre-ênfase da diferença, em formatação binária *excludente*.

Nas situações polarizadoras, o outro, definido no polo oposto, é visto exclusivamente pela característica que o faz ser classificado como diferente. Reduzido a essa dimensão única, são apagados todos os indicadores que o poriam em espaço de pluralidade, permitindo interações. O único vínculo entre os polos passa a ser o eixo da diferença excludente.

A própria entidade redutora se autolimita: “*minha posição*”. O mundo passa a ser composto por um processo classificador binário, nós *versus* adversários, já não pela simples constatação do desacordo, mas pela redução dos dois polos à dimensão única de uma diferença radicalizada.

Paralelamente, desaparece todo esforço inferencial de ajuste dos códigos compartilhados à situação concreta, que poderiam se voltar para reelaborações conjunturais de interpretações, de ponderações que, no processo interacional das comunicações humanas, *completam* os códigos, permitindo seu acionamento eficiente.

Os exemplos são fáceis de perceber: todos os que discordam, hoje, no país, de uma atitude contraditoriamente denominada “liberal” se veem imediatamente categorizados em um código polarizador – “comunistas”. O mesmo tipo de estrutura age no racismo e na homofobia.

As situações polarizadas se encontram, então, em uma zona de risco de ruptura. Aparece aqui outra qualidade negativa, a que se referem aquelas atitudes e comportamentos de intolerância, antagonismo e ódio. Desaparece a busca de ação em comum entre diferenças. A ruptura é a cessação do processo de comunicação³.

A ruptura, em si, na medida em que fizesse simplesmente cessar o trabalho de articulação afastando os opostos, deixaria

3 Embora não seja o único modo. A indiferença, o simples não reconhecimento, o tédio, a ausência de objetivos e de problemas em comum, assim como o enrijecimento de códigos inflexíveis, podem ser fatores de uma ausência comunicacional.

de caracterizar uma situação polarizada. Se o tipo de urgência, objetivo ou estratégia deixa de ser uma dimensão de debate, o afastamento entre os participantes dos dois polos eliminaria também o eixo da diferença. Mas uma característica da polarização, além da inviabilização crescente de interações que façam algum ajuste entre diferenças, é a impossibilidade de afastar a “convivência” entre os opostos. Em determinadas questões no âmbito social, os dois lados têm alguma coisa a dizer, alguma perspectiva a defender em um espaço de ação de que não podem se alhear.

Essa interação, *assim estruturada*, é que justifica a denominação “polarizadora”. Por isso mesmo a polarização é estruturante: as ações, as proposições, o comportamento, frequentemente com aquelas características de ódio acima referidas, não são simplesmente ocorrências emocionais de desacordo intenso – são estruturadas e conduzidas por esta condição dupla e contraditória de participantes (como indivíduos ou como coletividades formadas por tal perspectiva) em situação de inevitável interação, que não fazem articular suas diferenças e recusam um reconhecimento mútuo. Estão ao mesmo tempo em ruptura e *não podem deixar de interagir*.

Com isso, aquele código polarizador de diferenças se torna uma espécie de supercódigo, que equaliza todos os demais códigos presentes, tornando-os desimportantes, e se impõe como se fosse pleno e suficiente, dispensando qualquer reflexão interpretativa – inclusive aquelas que seriam requeridas pelos fatos. O que caracterizo como “supercódigo”, em minha perspectiva comunicacional, é um processo padronizador que pretende dispensar qualquer necessidade de ajuste flexível à variação das circunstâncias e das ações em curso, anulando ou superando a diversidade dos demais elementos compartilhados. Essa rigidez completa a estrutura da intolerância: o trabalho inferencial, necessário para a comunicação, desaparece, impedindo os ajustes finos viabilizadores da interação.

Podemos, então, definir a polarização como a convivência forçada de adversários, restrita ao supercódigo de sua diferença exacerbada em estrutura binária, excludente de inferências relativas a outras dimensões, mas cujas ações não podem deixar de se interferir mutuamente.

Precisamos ainda examinar uma impressão induzida pela metáfora dos polos. A referência geográfica de um eixo de rotação, assim como a referência eletromagnética, com seus polos positivo e negativo, reforçam uma percepção de estrutura simétrica.

Há efetivamente uma tendência à simetria inversa, se considerarmos que a redução do adversário a uma dimensão única estimula, na ordem prática, o reverso redutor. Essa possibilidade é reforçada pela prevalência, na copresença dos polos, da diferença exacerbada. Não encontrando outras referências compartilhadas que possam ser acionadas, o polo oposto fica adstrito a uma posição igualmente recusadora do polo que o recusa. Quem pretenda evitar o embate monocórdico não encontra processos compartilhados acionáveis na interação: quaisquer argumentos para circundar a linha direta entre os polos são reinterpretados como confirmação da diferença estabelecida e imposta. Assim como somos julgados, com desprezo por nossas perspectivas, tendemos a simetrizar o julgador em sua posição redutora, que se caracteriza também como única dimensão significativa deste.

Por outro lado, essa característica de simetria não deve ser generalizada para todos os aspectos da estrutura – há diversos ângulos que devem ser examinados nos casos concretos, em decorrência dos quais as entidades polarizadas não são similares com sinal trocado.

Um primeiro aspecto possível pode ser a questão de quem tem razão – já que um dos lados pode tê-la mais claramente que o outro –, afastando a situação de uma efetiva simetria. Não que seja simples, em uma situação determinada (mesmo se estivermos olhando de fora), decidir quem está certo e quem está errado – é bastante possível que os dois lados evidenciem diferentes equívocos. Até mesmo conjuntamente, se irmanados (a expressão é paradoxal, mas pode ser verdadeira) na construção estrutural do impasse. Ainda assim, discutir razões e desrazões será um ângulo importante no estudo de situações polarizadas e de sua história de origem, como importante marca de assimetria.

Mais relevante ainda é o fato de que muito dificilmente os dois lados de uma estrutura desse tipo estarão equilibrados em termos de poderes (políticos, físicos, materiais, econômicos)

e de outras condições de ação. Isso significa que, malgrado uma simetria possível no código redutor, as situações de polarização podem ser fortemente assimétricas, na realidade social – situando um dos polos na posição de opressor e o outro, na posição de oprimido. É onde aparece com resultados mais graves a questão da intolerância. A desigualdade de forças leva ao cerceamento, à coação sem argumentos e ao impedimento da autodefesa.

Com estas características, outra diferença vai corresponder à articulação interna de cada um dos dois campos, com seus participantes e apoiadores. Como a diversidade se mantém provavelmente mais perceptível no polo oprimido, há motivos de articulação – mas esta pode sofrer, ao contrário, de linhas internas de conflito e ruptura.

Já no campo da intolerância polarizante, o quadro é outro. Certamente, encontra-se aí uma diversidade factual de interesses grupais, de categorias e de status social, de corporações e de linhas de ação preferencial. Como explicar o *pensamento único* que parece apagar a pluralidade de perspectivas dos diferentes circuitos? Como estes esquecem suas diferenças (particularmente quando afastados dos núcleos de poder) e fazem frente opressora conjunta?

Umberto Eco (1995) mostra o potencial agregador, em determinadas situações político-econômico-sociais, de frustrações e ressentimentos em parcelas da sociedade que se consideram não atendidas (ou não reconhecidas) em suas expectativas. Apesar da variedade de problemas e dificuldades, se os diferentes circuitos são levados a atribuir a culpa pela situação a uma parcela mais ou menos identificável da sociedade, pode ser gerada aí uma dinâmica de polarização, que passa a se autoalimentar. O setor “culpado” é constituído, em referência genérica e abrangente, como responsável por todos os problemas da sociedade:

O ur-fascismo provém da frustração individual ou social. O que explica por que uma das características dos fascismos históricos tem sido o apelo às classes médias frustradas, desvalorizadas por alguma crise econômica ou humilhação política, assustadas pela pressão dos grupos sociais subalternos (ECO, 1995, característica nº 6).

A intolerância se torna o projeto de ação, articulador dos participantes desse campo, com o objetivo de calar, afastar ou destruir o outro.

4. A mediação da intolerância

Não pretendo atribuir a atual polarização social aos processos da mediação. Questões diretamente políticas e econômicas têm aí um peso preponderante. Mas tal polarização se desenvolve no ambiente da mediação em curso – e toma, assim, o perfil demarcado por esta circunstância. A mediação, como processo interacional de referência (BRAGA, 2007), incide de diversos modos sobre a estrutura polarizadora.

Abordaremos aqui apenas três desses modos de incidência – o suficiente para evidenciar sua relevância. Dois correspondem a afetações diretas da mediação sobre processos sociais. Outro decorre de um complexo acionamento político de *affordances*⁴ das tecnologias digitais a serviço de atitudes polarizadoras.

4.1. Primeiro ângulo

No século XX, o rádio e a TV nos direcionaram para discursos centralizados. Na virada para o XXI – como parte das estratégias para enfrentar o problema dessa voz centralizada, propondo acesso a vozes diversificadas –, as tecnologias acabaram tornando disponível uma “voz centralizada” para cada grupo organizado, com condições interacionais de se tornar o centro de seu próprio mundo. As funcionalidades tecnológicas favorecem o encontro de participantes em torno de um foco de opiniões e atitudes. Este foco singular funciona como agregador – definindo o perfil de seus participantes por essa dimensão singularizada.

Quando redes digitais agregam perfis e ideias com base em similaridades de posições e de atitudes, não dependendo de proximidade física, os circuitos organizados por zonas de acordo

4 O conceito de Gibson relaciona características do ambiente a perspectivas das espécies que o acionam. Correa Gomes et al. (2018, p. 59) observam que “os agentes de um ambiente percebem o que um nicho oferece, interpretam as *affordances* e agem sobre elas”. Adoto a expressão “viabilidades” com esse sentido – expressão que passo a usar neste texto como tradução adequada do termo *affordances*.

prévio podem manifestar um processo de exclusão dos discordantes. Em corolário, a facilidade da exclusão alimenta uma tendência ao alinhamento interno, reduzindo ainda mais as variações. O risco de exclusão por desvio leva o participante a abdicar mesmo de suas pequenas diferenças – gerando uma coesão mais automática.

Nesse espaço, o aparente consenso entre participantes é duplamente artificial. Foi preestabelecido no processo de agregar os participantes; e não se elabora por processos de comunicação e ajuste entre estes, e sim pela constante poda de dissidentes, caracterizando um âmbito de pensamento único. Tais microambientes são criadouros de posturas polarizadoras.

4.2. Segundo ângulo

Temos aqui uma incidência mais abrangente e difusa. A oferta de tecnologias interacionais e as experimentações sociais que se desenvolvem em todos os níveis e todas as áreas de ação ampliam os espaços de indefinição e reduzem a eficácia de padrões interacionais antes habituais. Os estudos da mediação mostram uma porosidade crescente nas fronteiras de campos especializados. Patrice Flichy (2016, p. 15) demonstra que “o saber dos amadores, em diversos campos, situa novas relações com os especialistas, inclusive criando novas expertises”. Há uma perda de consistência em campos de ação especializada – participantes internos acionam novas experimentações, em relação direta com outros campos e com o sistema geral de entorno, na competição por ampliação de capitais sociais. As experiências diversificadas de acionamento e de invenção a partir das *affordances* (viabilidades) de novas tecnologias diluem linhas de ação mais ou menos definidas.

Em consequência, a sociedade se vê a braços com uma insuficiência de referências compartilhadas para organizar processos em comum. A comunicação se torna cacofônica, estimulando ansiedade social. A sensação de insegurança social cultural se amplia. Os que não conseguem articular aí suas expectativas e valores tentam mitigar a ansiedade pela adoção de “verdades” simplificadoras, por uma busca de culpados da situação e pelo alinhamento com lideranças que parecem confortar esse ressentimento.

Aqui, a metáfora de polos eletromagnéticos parece mais eficaz que a metáfora geográfica. Elementos dispersos no ambiente passam a se deslocar de uma distribuição mais ou menos aleatória ou atravessada por dinâmicas diversas e são atraídos por um ou por outro polo, conforme proximidades de qualquer ordem – que passam a prevalecer sobre estímulos e causalidades outras.

4.3. Terceiro ângulo

Este âmbito de relações entre mediação e polarização também decorre da diluição de padrões estabelecidos, relacionado a viabilidades propostas pelas tecnologias midiáticas. Se a incidência anterior envolve sobretudo reações decorrentes de insegurança emocional, esse terceiro ponto é o espaço de iniciativas mal-intencionadas.

O próprio momento histórico da mediação – dada aquela complexidade não entrada na cultura – implica vastos espaços de anomia, com dispersão de verdades, normas e valores compartilhados, e com porosidade de fronteiras entre a esfera pública e a esfera privada.

Nessa situação, tanto são feitas experimentações voltadas para resolver urgências sociais e aperfeiçoar processos como se desenvolvem tentativas para tirar proveito das indefinições conjunturais. Por isso mesmo, o quadro atual é estimulador de *fake news* e de verdades *ad hoc* como instrumento de ação e de ocupação de espaços de poder. Dado que o outro é o adversário a abater, todos os meios parecem adequados.

Fake news não correspondem à simples mediação de boatos, de imprecisões factuais e de mentiras. São processos orquestrados em função de estruturas polarizadoras. O objetivo é duplo: demarcar o adversário como mostrando um perfil abaixo da dignidade humana; e no mesmo passo, com base nessa distinção radical, fazer pretendidos aliados esquecerem as diferenças que poderiam entreter com o polo disseminador de *fake news*.

Nos espaços de indefinição de padrões e de construção experimental de relações entre a esfera pública e a esfera privada, constatamos a eficácia perversa de personagens que se

inscrevem em âmbitos de poder exercendo tais táticas, que só funcionam pela enxertia de estruturas polarizadoras em âmbitos de anomia e dispersão.

A questão da mediação complementa a perspectiva comunicacional (ao lado das perspectivas políticas, éticas e psicológicas) para o enfrentamento das situações polarizadoras. Os processos interacionais, na contemporaneidade, implicam uma passagem obrigatória pela referência midiática – por isso mesmo, é preciso buscar modos de trabalhar as diferenças através de interações mediadas, promovendo o encontro da diversidade por compartilhamentos múltiplos; inventando acionamentos sociais da tecnologia, a serviço da flexibilidade interacional; e cerceando os que acionam mídias para ações de intolerância.

5. Conclusão Brasil

Há um sentido habitual da palavra “polaridade”, não necessariamente relacionado à intolerância, no âmbito da política. Refere dualidades como “situação x oposição”; “esquerda x direita”; ou ainda, estruturas bipartidárias preponderantes (como a alternância dos dois principais partidos norte-americanos no poder).

No Brasil, esse tipo de polaridade política era constatado entre as duas principais forças políticas, desde 1996. Até 2014, essa organização dual da política não parecia trazer maiores riscos à democracia.

Minha interpretação para essa convivência *em polaridade*, mas não polarizadora, envolve dois ângulos complementares. Por um lado, as eventuais intolerâncias de parte a parte, entre os partidos e entre os eleitores, geralmente se diluíam na diversidade de processos interacionais da sociedade contemporânea que, malgrado zonas sociais de tensão e de discriminações, desenvolvera algumas estratégias no trabalho das diferenças. Por outro lado, a expectativa de alternância entre os dois polos parecia não impedir a diversidade de opções e caminhos sociais, apesar da diferenciação dos projetos políticos.

Após as eleições de 2014, porém, o partido então na oposição, não conformado com a ausência de alternância por mais um período, desistiu do caminho democrático, desencadeando uma instabilidade política e social que atravessou o quadriênio, levando, através do período eleitoral, a uma polarização da intolerância com as características que observamos, conceitualmente, no presente artigo. O processo substituiu a polaridade de perfil democrático, ironicamente levando de roldão o partido que tomou a iniciativa da ruptura.

As circunstâncias econômicas na base do processo exacerbaram a polarização política, que penetrou todos os espaços. Já não se trata mais de contraposição entre projetos políticos assumidos como alternativas de condução dos encaminhamentos públicos ou da definição de estratégias político-econômicas – mas sim da imposição de alinhamento estrito em um nível tratado como “visão de mundo”, mas canhestamente composto por um agregado esdrúxulo de preconceitos, perspectivas ressentidas, posições antidemocráticas, conservadorismo de costumes, despreço pela educação, ausência de políticas públicas para a pobreza, para a desigualdade social e para o desemprego. Tudo isso permeado por uma atitude de *bullying* social que capilariza, como perspectiva excludente, para amplos setores da sociedade.

Como evidentemente uma política organizada nestes termos obteria uma adesão baixíssima, o que agrega pessoas e setores em torno de tal programa são motivações de outras ordens. É nesse espaço que entram em cena as características polarizadoras que assinalamos no terceiro item deste texto. A polarização se instala nas situações de anomia e de ideias prontas.

Não se pode lutar contra isso como se se estivesse enfrentando uma política racional – com base em contra-argumentos. Mas é preciso, sempre, resistir à opressão da intolerância. Ao lado de uma necessária recusa, estrita, do obscurantismo implicado nas atitudes referidas, alguns desafios devem ser enfrentados em todos os âmbitos sociais para fortalecer o ânimo na desmontagem da estrutura polarizada – como processo paralisador, que é, da democracia e do desenvolvimento civilizacional.

A recusa inflexível da desqualificação resultante da estrutura paralisadora é diferente de apenas querer inverter os polos ou de pretender o mero retorno a um *status quo ante*,

como se a polarização nunca tivesse existido – pois aí não teríamos aprendido nada. O projeto de enfrentamento da polarização deve ser guiado por uma busca de aperfeiçoamento civilizacional e não por uma visão estreita de tomada do poder.

Outro desafio é o de evitar uma tendência de reduzir todos os aderentes do polo opressor na dimensão única que apagaria caracterizações, muito diversas, sob o rótulo da prepotência. É mais perceptivo e inteligente apreender a diversidade interna desse ambiente – dos participantes em suas múltiplas dimensões; das motivações; das correntes diversas que dão força à polarização –, pois com uma parte significativa e relevante destas será preciso, ao contrário, reelaborar os termos de um trabalho entre diferentes.

O desenvolvimento da competência inferencial e intuitiva será necessário, em todos os níveis da sociedade, para fazer ajustes finos à diversidade de posições e de circunstâncias, tanto as que percebemos no campo polarizador como as de nosso próprio campo – as ideias apriorísticas e os códigos interpretativos padronizados favorecem a estrutura polarizante.

Na política, mas também nos níveis setoriais de ação social, devemos ser capazes de elaborar projetos plurais, prevendo uma futura convivência possível, mostrando a possibilidade de uma existência fora da estrutura polarizadora – voltada para o trabalho interacional produtivo entre todos os que resolverem reelaborar suas diferenças recusando a intolerância.

Referências

- BRAGA, José Luiz. Miatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia; CORREA ARAÚJO, Denize; BRUNO, Fernanda (org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007. p. 141-167.
- BRAGA, José Luiz. Interagindo com Foucault – os arranjos posicionais e a comunicação. *Questões Transversais – Revista de Epistemologia da Comunicação*, São Leopoldo, v. 6, n. 12, p. 81-91, 2018.
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon; CASALI, Caroline; MACHADO, Michelli; MELO, Paula; ZUCOLO, Ro-

sana; MEDEIROS, Ana Lúcia; BENEVIDES, Pedro; KLEIN, Eloísa; XAVIER, Monalisa; DORNELLES PARES, André. *Matrizes Interacionais – a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017. 449 p.

CORRÊA GOMES JUNIOR, Ronaldo; SANTOS TEIXEIRA, Gabriela; GARCIA DA SILVA, Mayra; AGUILAR PAULINO, Cynthia Maria. *Affordances* de tecnologias digitais para o desenvolvimento de habilidades orais em inglês. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, Belo Horizonte, v. 18, n. 1, p. 57-78, jan./mar. 2018.

ECO, Umberto. *O fascismo eterno*. [1995]. Reproduzido em *Opera Mundi* em 2016. Acessado em: maio 2019. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/permalink/43281>

FLICHY, Patrice. Internet, um mundo para os amadores. In: FERRREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana; FLICHY, Patrice. *Redes digitais, um mundo para os amadores: novas relações entre mediadores, mediações e midiaticizações*. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2016. p. 15-49. Acessado em: mar. 2019. Disponível em: http://www.midiaticom.org/pdf/redes_digitais_um_mundo_para_os_amadores_flychy_ferreira_amaral.pdf

VOLTAIRE. *Traité sur la tolérance*. [1763]. Consultado em junho de 2019. Disponível em: <https://www.atramenta.net/lire/traite-sur-la-tolerance/50012>

Hipóteses sobre polarização, mediatização e algoritmos

Hypotheses on polarization, mediatization and algorithms

Jairo G. Ferreira¹

RESUMO: A proposta deste capítulo é relacionar o processo de polarização e algoritmos. Na primeira parte do artigo, apresentamos nossa formulação sobre os algoritmos como um signo central na cultura, cuja materialização na modernidade é central na revolução industrial e no capitalismo. O algoritmo compreendido como silogismo – núcleo de sua potência inferencial na cultura e nas máquinas digitais – difere da abordagem que o situa como uma matemática complexa, embora inclua essa. Mas, na cultura e nos usos dos algoritmos materiais, a abdução se coloca sempre em jogo, como forma de inferência decorrente da diferença entre lógica e ambiente. Na terceira parte do artigo, abordam-se as interações na perspectiva semiótica, em que o algoritmo e as abduções são o núcleo operatório mental. A polarização – em conclusões – é abordada como uma possibilidade permanente nas interações, especialmente quando a cultura não constitui sistemas em que lógicas e processos abduativos não estejam em sinergia socialmente produtiva.

PALAVRAS-CHAVE: Mediatização. Polarização. Algoritmos. Interação. Semiótica. Sistemas.

ABSTRACT: This chapter establishes a relationship between the polarization process and algorithms. The first section presents the author's formulation about algorithms as a sign that is central

1 Professor titular PPGCC-Unisinos e Pesquisador CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4540-0572>. E-mail: jferreira@unisinos.br

in culture and whose materialization in modernity is central in the industrial revolution and in capitalism. The algorithm understood as syllogism – core of its inferential potency in culture and digital machines – differs from the approach that situates it as a complex mathematics, although it includes the latter. But in culture and in the uses of material algorithms abduction always comes into play, as a form of inference resulting from the difference between logics and the environment. The third section discusses interactions from a semiotic perspective, in which algorithm and abductions are the operating mental core. Polarization is explored – in Conclusions – as a permanent possibility in interactions, particularly when culture does not constitute systems in which logics and abductive processes are not in a socially productive synergy.

KEYWORDS: Mediatization. Polarization. Algorithms. Interaction. Semiotics. Systems.

1. Introdução

Uma perspectiva cosmológica é também parte da reflexão sobre a midiaticização. A polarização é parte da semiose da natureza. Polos contrários formam a natureza. Nêutrons, prótons, elétrons, octoides de Bayron, buracos negros, estrelas, planetas, satélites, meteoros, tempestades cósmicas, etc. são polos em interação. Nessas interações, podem formar sistemas ou, conforme as interações entre si ou com outros polos ou sistemas, destruir-se mutuamente, configurando novos polos, sistemas e ambientes. Um polo é um sistema e ambiente interno; um sistema pode ter vários polos e ambientes; os ambientes ‘externos’ podem ser formados por vários polos e sistemas. O problema, nos ensina o cosmo, não é a contradição em si, entre os polos. Os polos podem se tensionar e se regular, mutuamente, formando um sistema. O sistema solar, por exemplo. Há lógicas no sistema solar, mas quando o sol envia suas energias, em formas materiais visíveis ou não, não o faz conscientemente, calculando quando e quanto enviar um fluxo de ondas, em que direção exata, etc. Nos sistemas de pensamento antigos, a cosmologia ocupa um lugar central no desenvolvimento dos meios. É na modernidade ocidental que inovação dos meios e cosmologia se separam.

Na semiose da natureza orgânica, há uma interposição central nas interações: os algoritmos. O seu formato básico é o silogismo (“se” ... “então”) e abduções. As abduções estão na base dos processos adaptativos em que sistemas se transformam perante a diferença entre as suas lógicas e o ambiente. O que diferencia, portanto, a lógica do cosmo e a lógica da vida orgânica, inclusa neste cosmo, é o algoritmo. Os algoritmos são a referência subjacente à semiose da natureza orgânica. Esse processo silogístico e abduativo ocorre desde os vírus (o corona, por exemplo) até as formas de vida humana. Os algoritmos sociomateriais se apropriam, de forma crescente, dessas lógicas da natureza e da vida social.

2. Algoritmo na perspectiva da midiatização²

Assim como outros signos linguísticos apropriados pelo campo da comunicação, algoritmo nos chega como metáfora para uma infinidade de sentidos convocados por um campo semântico. Nesse amplo universo de sentidos, tem validade para a execução de uma receita culinária ou para diagnósticos sobre o clima, passando por gestão da cidade, política, etc.

Sugerimos um ponto de partida: o algoritmo é, antes de tudo, uma experiência mental. Sem essa, a vida seria impossível. Refere-se ao sistema de possibilidades e de decisões alternativas, sequencializadas na execução de operações a serem realizadas. Sempre que há o algoritmo, a vida parece ficar mais fácil. Essa “lógica cognitiva” nos acompanha em todas as atividades perante o ambiente natural e social, em relação aos nossos corpos, afetos, problemas, soluções e projetos. Essa materialização é central nos processos de midiatização (VERÓN, 2014; FERREIRA, 2018).

Na cultura, os algoritmos se confundem com as operações, mas é importante considerar que são diversos, mesmo que articulados. O exemplo mais simples é um conjunto de operações matemáticas de soma, divisão, multiplicação, subtração, raízes e potenciação. As regras que sequencializam essas opera-

2 Esta seção reproduz, com modificações, fragmento do texto publicado em FERREIRA, Jairo. Algoritmo e midiatização: entre a digitalização e a busca de epistemologias críticas. In: XXIX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2020, Campo Grande. *XXIX Encontro Anual da Compós*. Campo Grande: Compós, 2020. v. 1, p. 19.

ções, num problema concreto ou abstrato, são essenciais para os resultados. Essas regras se constituem no algoritmo, embora haja autores (veremos na seção sobre as apropriações do campo da informática, a seguir) que chamam as operações de algoritmos, também.

As culturas são riquíssimas nessas referências. Mas, nas culturas, não há um algoritmo, e sim uma diversidade cada vez maior. Isso conduz a um problema: o que ocorre quando dois ou mais indivíduos estão em interação, com sistemas, sequências e operações diversas? Sugerimos que nessas interações surgem objetos interessantes para a investigação antropológica, comunicacional e midiática.

Os usos sociais desses meios materiais podem ser privados, especializados ou públicos em diversos níveis (e, para a midiática, são centrais os usos sociais no espaço público). Na medida em que a experiência mental é materializada em novos meios (o ferro, a pedra lascada, a cidade, a roda, entre outros), novos processos de produção e consumo desses meios são constituídos, numa esfera que não se reduz ao que é cada um dos polos, mas deve ser objeto de investigação, na medida em que é outro o lugar (a circulação). Na retroação desses acessos, usos, práticas e apropriações sobre as interações sociais, configuram-se muitas vezes novas relações sociais, na esfera da cultura, da economia e da política, mas especial e centralmente nos direcionamentos que a circulação agencia em cada uma dessas esferas, incluindo-se aí novas experiências mentais, individual e socialmente.

A materialização das experiências mentais, sugere a perspectiva da midiática, amplia a escala de existência do meio social realizado, que fica desterritorializada, ao mesmo tempo que conecta, em suas formas de diferenciação, inovação e integração social através da produção, consumo e circulação desse meio. Nesse processo de materialização da experiência mental, a materialização das formas de representações sociais do próprio algoritmo agencia processos ampliados. Acentua-se aí a nossa capacidade de escritura e registro do processo, instalando-se, com isso, a ampliação da escala de uso dessas regras, sempre que outros indivíduos da espécie estejam em busca de resultados idênticos ou aproximados.

Mas se o algoritmo tem essa positividade na construção da cultura, por que estamos perplexos com a sua existência? A hipótese que desenvolvemos é de que a perplexidade, na área da comunicação, manifesta-se quando os algoritmos passam a agenciar os meios de interação, de conteúdo e programação em redes. Mas, no caso, não se trata mais dos algoritmos da cultura, artesanais ou manufaturados, mas sim daqueles materializados em meios apropriados pelo capital – num percurso que passa pela manufatura avançada e a indústria enquanto apropriações do trabalho em geral (até a robótica) e chega, com a inteligência artificial e sistemas especialistas, à apropriação do conhecimento do saber técnico-científico moderno. A irritação do campo da comunicação vem à tona, enquanto tomada de consciência do longo e essencial processo de alienação, com as configurações sugeridas pelos novos meios, que retroagem sobre todos os processos anteriores de apropriação por formatos capitalistas. Assim, a midiatização, um processo universal, se particulariza enquanto relações de poder (econômico, político e cultural) derivadas das apropriações.

2.1. Além da matemática, o silogismo

Alguns documentos disponíveis em rede informam que o sintagma algoritmo vem do nome Abu Abdalá Maomé ibne Muça ibne Alcuarismi, um iraniano, sábio de Bagdá, matemático e frequentador da Casa da Sabedoria. O algoritmo, em sua proposta, refere-se a regras que regulam os procedimentos para realizar uma operação matemática.

Está menos vulgarizado que Ada Lovelace desenvolve o discurso fundador. Amiga de Babagge, teria inferido que a máquina desenvolvida por este poderia ser ‘aplicada’ inclusive à partitura musical. Foi objeto de polêmicas que passam inclusive pela posição de gênero de Ada, sendo caracterizada por alguns informaticistas como louca, por outros, como discriminada. Ela não recebe todos os créditos do campo da informática. Muitos preferem creditar o conceito a Turing por sua sugestão feita um século depois. Não nos posicionamos sobre isso, mas queremos, apenas, mostrar que também na área da informática há embates epistemológicos, incluindo a abordagem sobre a genealogia da área (ESSINGER, 2005).

Queremos destacar, nessa passagem reflexiva, a ampliação do escopo de operações automáticas que se refiram não apenas às que tenham como objeto – inclusive os complexos como a música – o que pode ser modelado matematicamente. Encontramos, aqui, uma polêmica na área da informática, que se atualiza com a reflexão sobre inteligência artificial. Nas palavras de Rocha Costa (1986):

Abrindo uma perspectiva bem mais geral, podemos dizer que há dois tipos de comportamentos humanos que podem ser tomados como modelos para simulação da inteligência. O primeiro tipo de comportamento corresponde àqueles que o ser humano apresenta quando executa tarefas que têm uma definição algorítmica. São típicas desse tipo as tarefas desempenhadas por funcionários em organizações (controle de estoques, folha de pagamentos, etc.) e as tarefas com solução matemática algorítmica. O outro tipo de comportamento desempenhado por seres humanos durante a execução de tarefas é caracterizado pelo alto grau de subjetividade e dependência em relação aos conhecimentos e experiência prévia do sujeito que realiza a tarefa. Resolução de problemas especializados, compreensão de texto, análise de imagem, etc. são exemplos de tarefas com essas características. Vê-se que a simulação desse tipo de comportamento é, por excelência, o escopo da IA contemporânea (COSTA, 1986, p. 22).

Entretanto, o mesmo autor converge com a proposta geral que a informática constrói quando afirma que “não se vê, porém, por que uma teoria geral da estrutura do mundo, tomada como hipótese de trabalho, necessite ficar atrelada ao método filosófico especulativo-verbal”, sugerindo que as lógicas matemáticas e de inteligência artificial podem realizar essa meta interpretativa, inclusive quando se trata de dar conta dos sistemas simbólicos. Nesse sentido, afirma:

Nessa perspectiva, foi fundamental para o surgimento da IA o estudo desenvolvido por dois psicó-

logos, Moore e S. Anderson. Este estudo consiste na resolução de um problema (conclusão a atingir) a partir de um conjunto de regras colocadas à disposição de um sujeito, além das premissas a ser respeitadas. Aplicando as regras, o sujeito deveria tentar derivar a conclusão das premissas, ou de outras fórmulas que ele mesmo tivesse derivado... a fase mais interessante: aquela em que o sujeito constrói a solução de um problema que é novo para ele, que ele “encontra pela primeira vez”, por oposição à segunda fase do processo de resolução, que consiste em resolver problemas que já foram encontrados antes pelo sujeito (COSTA, 1986, p. 19).

Destacamos, dessas passagens, a diferença entre resolução de problemas conhecidos e problemas desconhecidos.

Partimos da solução de Harmon e King (1988). Esses propõem que a programação simbólica abrangeria heurísticas, bancos de conhecimento estruturados, processamento simbólico (no sentido da lógica simbólica) e interativo (entre usuário e sistema), superando a programação convencional baseada no que consideram algoritmos, numérica e sequencial. Entretanto, mesmo com poucas referências ao termo algoritmo, os autores, em seu livro, apresentam abundantes situações que se referem aos algoritmos culturais, incluindo os sistemas especialistas, e sua transformação em sistemas informáticos, num processo de apropriação e realização em fluxogramas (diagramas), que, para serem digitalizados e aptos para as linguagens informáticas (softwares), com potencial de uso em meios digitais chamados de hardwares, usam e abusam do *modus ponens*.

O referido livro, em abundância, estabelece uma analogia entre o “engenheiro do conhecimento” e Sherlock Holmes. Aquele deve ter a experiência da “sutil observação” deste. Chama de “redes semânticas” as relações entre nódulos, arcos e elos, em tríades de objetos-atributos-valores. Os objetos podem ser um paletó, chapéus, pessoas, etc.; os elos são conectivos, descritivos, que estabelecem relação entre esses, os atributos e valores. Todo processo deve ser minuciosamente diagramado. Entendemos isso como representação dos objetos, agentes, situações, etc. dos algoritmos. Mas esse só se realiza com operações lógicas, sejam

elas matemáticas ou simbólicas. Nesse último caso, manifesta-se na relação entre regra, caso e resultado (portanto, um silogismo). Exemplo de “regras” variáveis (HARMON; KING, 1988, p. 49):

Se a tatuagem for de um peixe e as escamas do peixe forem cor-de-rosa [...] Então, a origem da tatuagem é da China [...] Se a tatuagem for de uma cobra e a cor das escamas da cobra for azul [...] Então, a origem da tatuagem será Hong Kong [...] Se a tatuagem for de um dragão e a cor das escamas do dragão for vermelha [...] Então, a origem da tatuagem será Beijing.

Esse sistema de “regras variáveis” apresentado pelos autores é tipicamente um silogismo dedutivo, conforme a perspectiva de Peirce. Mas a questão não se encerra aí. Na página 61, apresentam “uma tabela de verdade” (vulgarizada nas tabelas de matemática simbólica), o que pode ser traduzido de forma menos pretensiosa utilizando a formulação de Piaget (trata-se de uma combinatória de proposições, que tende a aumentar a complexidade conforme o número de silogismos envolvidos). Os exemplos apresentados pelos autores: ida ao teatro (um problema relativamente simples) até problemas mais complexos, nos quais são identificadas seis centenas de regras (como o sistema de diagnóstico médico da época, o Mycin, criado na Universidade de Stanford – nunca usado comercialmente em decorrência dos embates éticos no campo médico).

Temos, nas referências acima, expressões do argumento dedutivo. Porém, pode-se questionar o alcance da validade da combinatória de proposições. Pode-se, por exemplo, perguntar se algoritmos classificados como *genéticos* ou de *flocking*, conforme Kishimoto (2004), são também silogísticos. Há indícios, nos documentos, de que sim, como evidencia essa sequência:

Se há um osso por perto e o cachorro está com fome, ele irá comê-lo; Se o cachorro está com fome, mas não há nenhum osso por perto, ele procura por um; Se o cachorro não está com fome, mas está com sono, ele irá dormir; Se o cachorro não está com fome e não está com sono, o cachorro irá andar e latir (KISHIMOTO, 2004, p. 6).

Isso tudo deve ser bem pesquisado. Certamente, é necessário investigar as lógicas subjacentes, o que poderá solicitar diálogos, em pesquisa cooperativa, com pesquisadores da área da informática. Um dos exemplos que referimos para finalizar essa seção sobre apropriações dos algoritmos sociais tem como objeto as interações. Não se trata, necessariamente, das interações humanas. Estuda-se a interação animal, como objeto de configuração de diagramas, fluxos e inferências. Exemplo, conforme Serapião (2009):

A Inteligência de Enxames, também referenciada como Inteligência de Colônias ou Inteligência Coletiva, é um conjunto de técnicas baseadas no comportamento coletivo de sistemas auto-organizados, distribuídos, autônomos, flexíveis e dinâmicos. Estes sistemas são formados por uma população de agentes computacionais simples que possuem a capacidade de perceber e modificar o seu ambiente de maneira local. Esta capacidade torna possível a comunicação entre os agentes, que captam as mudanças no ambiente geradas pelo comportamento de seus congêneres. Embora não exista uma estrutura centralizada de controle que estabelece como os agentes devem se comportar, e mesmo não havendo um modelo explícito do ambiente, as interações locais entre os agentes geralmente levam ao surgimento de um comportamento global que se aproxima da solução do problema. As propriedades principais de um sistema de inteligência de enxame são (Millonas, 1994):

- Proximidade – os agentes devem ser capazes de interagir;
- Qualidade – os agentes devem ser capazes de avaliar seus comportamentos;
- Diversidade – permite ao sistema reagir a situações inesperadas;
- Estabilidade – nem todas as variações ambientais devem afetar o comportamento de um agente;
- Adaptabilidade – capacidade de adequação a variações ambientais.

Duas principais linhas de pesquisa que emergem dessas propriedades podem ser observadas na inteligência de enxames: trabalhos inspirados no estudo do comportamento de insetos sociais, como formigas, abelhas, cupins e vespas (SERAPIÃO, 2009, p. 271-272).

A riqueza deste texto está em apresentar cada “família” de algoritmo conforme pressupostos que podemos caracterizar a partir de uma antropologia animal. O estudo de comportamentos dos animais é transformado em um sistema passível de linguagem algorítmica. Assim, cita pesquisa de experimentos com formigas reais, que observa o comportamento na coleta de animais, de laboratório:

Foi colocado um ninho de formigas em um aquário com uma fonte de alimentos na outra ponta. Para chegar até esse alimento foram criados dois caminhos, sendo um maior que o outro. Inicialmente cada formiga segue um caminho exploratório aleatório. Como as formigas que escolheram o menor caminho faziam o percurso mais rapidamente que as outras, elas depositavam uma maior quantidade de feromônio nesse caminho em relação ao outro em um mesmo intervalo de tempo. Logo, em um determinado momento a intensidade do feromônio no caminho mais curto estava tão alta que quase todas as formigas seguiam por ele (SERAPIÃO, 2009, p. 273).

Outra referência interessante é o estudo sobre o comportamento das bactérias modelado para a construção de algoritmos. Trata-se do Bacterial Foraging Optimization (BFO):

Este algoritmo foi baseado nas estratégias de localização, manipulação e ingestão de alimentos de células da bactéria *Escherichia Coli*, pois essa bactéria é um dos organismos mais conhecidos na atualidade. Bactérias têm a tendência de migrar para áreas ricas em nutrientes utilizando um mecanismo chamado quimiotaxia. É sabido que a bactéria nada no meio líquido pela rotação dos flagelos, guiados por um propulsor reversível encaixado na parede da célula. A *E. coli* tem 8-10 flagelos colocados aleatoriamente no corpo celular. Quando todos os flagelos movem-se no sentido anti-horário, tornam-se compactos, impulsionando a célula ao longo de uma trajetória helicoidal. Quando os flagelos se movem no sentido horário, todos eles puxam a bac-

téria em diferentes direções, o que resulta em uma mudança aleatória da direção de movimento, com deslocamento muito pequeno. Tal movimento (θ_i) justifica-se como uma forma de aumentar as chances de a bactéria seguir um rumo que a faça atingir regiões mais favoráveis para obter nutrientes. Obviamente, a sequência de movimentos e a duração de um deslocamento unidirecional dependerão da concentração de nutrientes ou substâncias nocivas (ou ser neutra), ou ainda da presença de um gradiente nutritivo ou nocivo (dependente da variação espacial da densidade de nutrientes ou substâncias nocivas) na região onde a bactéria está (SERAPIÃO, 2009, p. 280).

Poderíamos seguir com esses casos, hipóteses desenvolvidas pela área da informática, a partir de estudos de laboratório sobre comportamento de outras espécies animais, que vêm fundamentando algoritmos de gestão de processos sociais, visando a “resolução de problemas humanos”.

Isso talvez indique a importância do estudo dos algoritmos como sistemas, conforme os autores que se assumem no âmbito da inteligência artificial (seguindo a trilha aberta por Herbert Simon Allen Newell; Frank Rosenblatt; John McCarthy; Marvin Minsky) e suas atualizações. Mas se observa, em documentos, que seus trabalhos, além da permanente referência ao termo algoritmo, estão em forte interface com a psicologia cognitiva e a antropologia, na perspectiva de sua formalização computacional.

Essas formulações atingem diversos níveis de agenciamento algorítmico: a chamada linguagem de máquina (que viabiliza que um sistema se transforme em operações de um meio digital, do computador ao celular); os sistemas operacionais, que fazem mediação entre máquina e *software*; as linguagens singulares (chamadas por alguns de linguagem de alto nível – como os sistemas especialistas); os diagramas, fluxos, modelos, heurísticas e estratégias de inferências que transformam um problema em resolução potencial. Na execução, vão desde fórmulas para a criação de conteúdo (como *games*), definição de programações (como a Netflix), gestão das redes digitais (como

Instagram e Facebook), que retroage sobre processos de indexação de conteúdos, até a interposição nas interações entre conteúdos e usuários, ou entre produtos e seus consumidores.

2.2 Além do silogismo, a abdução

Essa formulação incide sobre uma questão de método. O algoritmo se refere, aí, à dedução, a partir de regras conhecidas e suficientes para a resolução de um problema; a inteligência artificial, diversamente, a problemas sem solução conhecida (o que demanda a abdução). Essa formulação deve ser ponderada. A dificuldade é mais ampla: a experiência mental se reduz à lógica? Quais são os limites da mídiatização, na perspectiva da materialização dessa experiência?

A nossa proposição alternativa demanda pensar o algoritmo além do silogismo. É necessário pensar a relação entre silogismo e abdução. Essa relação pode integrar o *modus ponens*, a relação “se... então”, mas também a abdução. Essa relação silogística permitiria formalizar, em alguma medida (a medida da lógica), o saber fazer, prático, dos algoritmos culturais. Essa proposição sugere transitar da solução baseada na lógica matemática *stricto sensu* para a lógica simbólica, ou novas lógicas que estão sendo produzidas, mas também pensar a inferência além da lógica.

3. Algoritmos e interações³

A defasagem (ou a diferença e o estranhamento) de sentido nos processos de comunicação é, antes de tudo, decorrente das formas diversas como o signo é acionado nos processos de comunicação. Essa é a proposição dos modelos de comunicação e semiótica desenvolvidos a partir de Peirce. Argumentamos isso para pensar a circulação na perspectiva semiótico-midiática. Partimos dos esquemas de Elisabeth Walther Bense (2000), que também aborda o signo a partir de Peirce (relações entre

3 Essa questão foi abordada em FERREIRA, Jairo. A pólis que se faz em processos midiáticos: proposições sobre a política na perspectiva da mídiatização. In: JESUS, Eduardo; TRINDADE, Eneus; JANOTTI JR., Jeder; ROXO, Marcos (org.). *Reinvenção comunicacional da política: modos de habitar e desabitar o século XXI*. Salvador: Livro Compós 2016 - UFBA, 2016. v. 1, p. 65-84.

meio, objeto e interpretante). O meio corresponde ao ícone; o objeto, ao índice; o interpretante, ao símbolo. O meio (e o ícone) é o primeiro; o objeto (o índice) é o segundo; o interpretante (o símbolo) é o terceiro. Esta formulação já está suficientemente divulgada. O ícone é, nesse sentido, o meio dos meios materiais (técnica e tecnologias) e imateriais (símbolos sociais).

Conforme Bense (2000), toda interação comunicacional é uma relação entre dois repertórios de signos, dos emissores e de receptores e/ou de interlocutores, como preferimos referir quando abordamos as relações em redes digitais. Esse repertório (BENSE, 2000) não é homogêneo. Na interação, há uma zona compartilhada de repertórios, a partir da qual se estabelece uma zona comum, que é tensionada pela zona de diferenças.

O problema colocado por Bense é bem situado para nossa reflexão. Os repertórios não contêm signos homogêneos. Ela não fala de conteúdo. Fala de operações. São heterogêneos em termos de operações específicas:

1. geração de um signo, definida como sucessão de relações: meio -> objeto -> interpretante. Este é o signo ascendente: o primeiro, o segundo e o terceiro; o ícone, o índice e o símbolo; abdução, dedução e indução.
2. ao signo degenerado: interpretante -> objeto -> meio.
3. ao signo tético: interpretante (o terceiro) -> meio (o primeiro) -> os indícios (o segundo).

Bense trata de afirmar que os repertórios são operações semióticas que os interlocutores, nas posições de emissores, receptores ou de receptores produtivos, acionam quando em jogo determinado objeto. As interações, portanto, são tensionadas pelas operações. A heterogeneidade cognitiva aciona incertezas e indeterminações, com múltiplos posicionamentos diferenciais conforme as diversas operações possíveis em jogo.

Nesse esquema, o mais abstrato sobre a circulação, a circulação demanda o estudo artesanal, de análise das operações (de signo) mobilizadas pelos interlocutores. Bense, entretanto, apresenta esquemas (três) possíveis que localizam o lugar do in-

terpretante nas interlocuções, analisadas enquanto constituição simbólica nas interações entre um emissor (E) e um receptor (R): um interpretante (que, em nossa formulação, pode consolidar posições de uma instituição ou ator, individual ou coletivo) aciona uma representação icônica; um interpretante (instituição ou ator, individual ou coletivo) aciona uma representação indexical; um interpretante (instituição ou ator, individual ou coletivo) aciona uma representação simbólica. São três operações semióticas nas interações midiáticas. Os esquemas indicam processos. Nem sempre haverá consolidação simbólica, pois os repertórios dos interagentes são diferenciados, ou seja, o contexto semiótico dos interlocutores, em situação de emissores, receptores ou interagentes, é diferenciado, o que propiciará diversos graus de inferências sobre as operações realizadas pelos produtores ou interagentes.

A defasagem significa: a *semiose* enfrenta-se, quando dos usos e tentativas de apropriação dos meios, com uma parafernália de objetos (tecnologias, técnicas, língua, linguagem, discursos, pessoas, interações, etc.). Ou seja, uma das características dos novos meios é a proliferação de meios e objetos desconhecidos, o que favorece o acionamento de uma *semiose* num processo disruptivo, em processos não lineares.

A *semiose*, nessa perspectiva, é um processo disruptivo que coloca em xeque as interações discursivas histórica e socialmente estabilizadas enquanto práticas (*habitus*).

Porém, nas redes digitais, esse reconhecimento está borrado pela entrada dos atores individuais na cena, que, assim, passam a se inscrever em circuitos nos quais protagonizam e antagonizam, acionando novos ambientes e processos de circulação. A desinsitucionalização, derivada da disrupção semiótica, pode ser assim situada como outro grande processo de transformação da *pólis*. Os pós-modernos situaram isso como uma problemática da cultura. Nós situamos como inerente aos processos de midiaticização. Discordamos, entretanto, que a fragmentação decorrente da disrupção seja o único processo possível. A disrupção se refere a um processo em que os sistemas em interação estão em crise: indicando a falência dos processos de regulação ou a dificuldade de encontrar (por abduções individuais e coletivas) novas soluções.

3.1 A diferença ou a (inevitável) defasagem

Entretanto, em nossa formulação, a semiose é um objeto abstrato se não considerarmos a mediação algorítmica. Quando dois indivíduos, atores e instituições interagem, ocorre uma multiplicidade de inferências silogísticas e abduativas, que colocam imaginários, índices e simbólicas em jogo. Isso se refere não apenas às relações de cada indivíduo com outro, mas a como isso se situa na interação com instituições e com objetos dessas instituições (exemplo: as interações dos indivíduos com os mercados financeiros não são uma relação entre os indivíduos que possa ser pensada concretamente sem considerarmos as interações com objetos desses mercados: o dinheiro, as mercadorias, os preços, etc.). Aí se estabelece uma ‘dialética’ entre as interações entre os indivíduos e os objetos, nas quais muitas vezes os próprios indivíduos são situados como objetos.

São os algoritmos mentais que agenciam os acionamentos semióticos (em diversos níveis). Ou seja, os deslocamentos do que chamamos de ícone, índices e símbolos proliferam conforme as operações cognitivas, aqui localizadas como silogísticas e abduativas, dos indivíduos em interação, desses com as instituições e os objetos de pertinência (e impertinência). Nessa perspectiva, não há semiose sem a mediação algorítmica. Como essa mediação incorpora valores sociais, temos aí uma interposição das mediações sociais (psicológica, antropológica, sociológica e linguística), que podem ser investigadas correlativamente aos contextos de ocorrência das interações (os mercados econômicos, culturais e políticos).

4. Polarizações e algoritmos: a urgência de processos abduativos

Estamos, a partir das interfaces acima, em condições de sugerir uma hipótese para a questão da polarização e midiaticização.

A polarização nas interações, nessa perspectiva, é uma derivada de uma crise dos sistemas, em suas configurações regulatórias, que pode levar a disrupções ou adaptações. A base

dessa polarização está no contato (conexão) que faz emergir novos tempos e espaços de interação, onde, conforme tentamos ilustrar abaixo, a mediação dos algoritmos materiais se constitui em agência de novos processos. Esses, como argumentamos acima, são materializações dos algoritmos da cultura. Mas essa materialização não é horizontal: há apropriações dos algoritmos da natureza, em especial da vida orgânica, incluindo os da espécie, enquanto silogismos. Hipoteticamente: a própria materialização dos algoritmos sociais reconfigura as relações entre atores, instituições e seus objetos.

Consideremos, nessa perspectiva, três momentos aleatórios para pensar essa reconfiguração dos tempos e espaços.

O primeiro é a Terra Indígena Vale do Javari⁴. Nesse espaço, vivem 26 povos diferentes, com uma população de aproximadamente 6 mil pessoas. São caracterizados como isolados. Seria necessário ver, em detalhes, o quanto de isolamento ocorre. Há notícias de que, quando interagem, há conflitos entre esses povos. São tribos, no sentido de relações familiares tipo clã, marcadas, certamente, por ancestralidades, sem a constituição de estados e nações. Um estudo antropológico revelaria com facilidade a complexidade de seus algoritmos culturais nas interações entre os indivíduos dessas tribos. A ausência de mediações materiais entre essas tribos as diferencia, por exemplo, dos incas, em que várias tribos são reunidas em torno de práticas, simbólicas e formas culturais – incluindo lógicas e capacidades inferenciais que constituíam o espaço e tempo do Império Inca, enquanto Estado e Nação. Sabe-se que essa constituição não é necessariamente emancipatória ou feliz. Estados e nações estabelecem relações classificatórias, de dominação e poder.

O segundo momento é a bolsa de valores até o início deste século. A imagem de um 'pregão' está ainda viva para muitos⁵:

4 Fonte: <https://terrasindigenas.org.br/pt-br/terras-indigenas/3895>

5 Fonte: <https://economia.ig.com.br/2016-08-11/bovespa.html>

Figura 1 – Imagem dos pregões no século passado



Fonte: Economia.ig.com.br.

Esta tribo, a dos mercadores de ações (chamados de investidores por alguns ou especuladores, por outros), é, conforme alguns parâmetros, diversa das tribos isoladas. Considera-se o mercado financeiro, especialmente em sua forma de bolsa de valores, o lugar de encontro de diversas tribos (incluindo atores vinculados a diversas instituições dos mercados econômicos – ramos, frações, setores, incluindo os estatais que aí atuam). A bolsa forma um sistema, complexo, em que algoritmos mentais e abduções dos mercadores de ações se articulam com algoritmos materiais diferenciados (desde os contábeis, passando pelos econômicos, até os normativos e prescritivos, etc.). As fortes tensões entre os mercadores são atenuadas pelas lógicas do sistema que os regula mutuamente, incluindo os processos de inovação, decorrente de abduções e relações de poder, em que o sistema se adapta, na resolução dos conflitos que emergem nas interações. Nunca foi assim nos mercados de ações e objetos econômicos. E nem sempre é assim. Dos piratas às guerras comerciais, as polarizações nos mercados econômicos têm uma história que se confunde com a própria reconfiguração dos tempos, espaços e conexões entre as diversas tribos, estados e nações.

Neste século, uma grande mudança ocorre na bolsa Bovespa⁶:

6 A Bovespa não é a única bolsa do Brasil. Mas, hoje, centraliza o mercado de ações.

Em setembro de 2005 houve o fim do pregão viva-voz, tornando a bolsa totalmente eletrônica. No ano seguinte, iniciou-se o pregão eletrônico 100% doméstico, dando fim a toda aquela confusão de papéis e corretores ao telefone que foi por muito tempo símbolo do mercado financeiro.

A imagem-fragmento a seguir indica este novo espaço, tempo e forma de conexão:

Figura 2 – Bovespa pós pregão eletrônico doméstico: imagem mostra realidade totalmente diferente do caos com as ações em papel



Fonte: Economia.ig.com.br.

Onde estão os indivíduos desse mercado? Em seus escritórios individuais e coletivos, em redes, com operações e discursos sobre essas operações, disponíveis publicamente.

Esse mercado de ações está conectado a outros mercados: de mercadorias, de moedas (incluindo os mercados de moedas virtuais), de outros mercados de ações pelo mundo, todos mediados por algoritmos de diagnósticos, análises e prescrições, com milhares de meios informativos (o real desses mercados), opinativos e conselheiros sobre o que fazer (inferências abduativas sobre o amanhã, o hoje e o ontem), todos envolvidos em perspectivas perante a incerteza, visando a valorização fi-

nanceira, em sistemas integrados mundialmente. O conflito nesses mercados é forte (desde os pequenos até os globais – por exemplo, agora sobre acesso ao sistema 5G), as polarizações ocorrem, inclusive entre os “tubarões” e os “sardinhas”⁷. Porém, o sistema (chamado de financeiro), por suas regulações, lógicas e potenciais inferenciais, sobrevive. Não se sabe até quando⁸. Esta é uma paisagem do mercado financeiro, que faz a gestão de todos os mercados do capitalismo. Está claro que não é a mesma realidade dos mercados culturais e políticos.

Para diferenciar esses mercados, uma questão é saber se o antagonismo, base da polarização, é uma derivação lógica em si. A nossa hipótese é de que a polarização tem como derivada não a lógica em si, mas naquilo que essa agrega à dimensão dos valores (psicológicos, antropológicos, sociológicos). Essa é a ordem das mediações culturais, econômicas e políticas. Se fosse apenas lógica, a resolução argumentativa resolveria a crise dos sistemas.

Entretanto, os mercados culturais e políticos, por suas complexidades maiores, não se reduzem às possibilidades de objetivação dos mercados financeiros. Os valores desses mercados são de difícil intercambialidade. Nos culturais, a “regra maior” não é a valorização econômica. Embora essa possa agenciar também as interações e objetos transacionados nesses mercados, preferimos a hipótese de que, aí, o valor maior é a dádiva; nos mercados políticos, mesmo com os atravessamentos com os mercados econômicos, a regra maior é a construção das normas e mediações entre todos os mercados, internos e externos. Aqui se coloca a crítica de Bourdieu: parte desses mercados são subordinados aos sistemas do mercado econômico (BOURDIEU, 2016). Por outro lado, mesmo que não constituam um sistema de conjunto, é possível identificar vários subsistemas operantes.

Sugerimos, no âmbito dessa hipótese, que, mesmo com regras diferenciadas entre os mercados, a questão atual, objeto de várias investigações no campo da comunicação, é: como

7 Fonte: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,a-revolta-das-sardinhas,70003600862>

8 Nossa hipótese, apresentada em outro artigo, é que a materialização dos algoritmos é a base do capitalismo. Na história da espécie, a permanente materialização refaz o jogo. Ver: FERREIRA, 2020.

as mediações algorítmicas agenciam as interações? Se considerarmos as características dos mercados econômicos e culturais, a mediação algorítmica nesses mercados não é suficiente para atenuar as polarizações, pois os valores não intercambiáveis se acentuam, pela própria reconfiguração dos tempos e espaços das novas conexões. Questiona-se, então: que regras são essas nos mercados da cultura (ao modo da questão de Bourdieu, quando aborda as regras do campo literário e da arte)? Que sistema está sendo configurado? O mesmo se pergunta sobre os mercados políticos: que mercado é esse que emerge das interações indexadas, em rede, agenciadas por algoritmos materiais?

Ou seja, as lógicas ainda estão em construção e não são suficientes, em seus silogismos e abduções, para superar situações em que polos em interação ultrapassem os antagonismos que levam ao conflito acirrado, incluindo a morte de um ou mais dos sistemas anteriores envolvidos, integrado em sistemas tentativos ampliados.

Num e noutro mercado, a “lei” parece ser de que sempre que indivíduos, atores e instituições tentam impor uma ou sua lógica, nas interações, ou há dominação, ou há antagonismo, e esse pode resultar em polarizações. A abdução é requisitada para a constituição de um novo sistema de referência às interações. E a arte do fazer é a sua forma maior na cultura.

Referências

- BRETON, P. *A história da informática*. Campinas: Unesp, 1991.
- BOURDIEU, P. *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 2016.
- COSTA, A. C. R. Para uma revisão epistemológica da inteligência artificial. RP, Porto Alegre: UFRGS – CPGCC, n. 54, p. 22, 1986.
- ESSINGER, J. *El algoritmo de Ada*. Barcelona: Editorial Abal, 2005.
- FERREIRA, J. Meios, dispositivos e médium: genealogia e prospecções na perspectiva da mediatização. In: FERREIRA, J.; ROSA, A. P.; BRAGA, J. L.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P.

- G. (org.). *Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiaticização?*. Santa Maria: FACOS-UFMS, 2018. v. 1, p. 283-298.
- FERREIRA, Jairo. A pólis que se faz em processos midiáticos: proposições sobre a política na perspectiva da midiaticização. In: JESUS, Eduardo; TRINDADE, Eneus; JANOTTI JR., Jeder; ROXO, Marcos (org.). *Reinvenção comunicacional da política: modos de habitar e desabitar o século XXI*. Salvador: Livro COMPÓS 2016 - UFBA, 2016. v. 1, p. 65-84.
- FERREIRA, Jairo. Algoritmo e midiaticização: entre a digitalização e a busca de epistemologias críticas. In: XXIX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2020, Campo Grande. *XXIX Encontro Anual da Compós*. Campo Grande: Compós, 2020. v. 1. p. 19.
- GOMES, P. G. *Dos meios à midiaticização: um conceito em evolução*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.
- HARMON, P.; KING, D. *Sistemas especialistas: a inteligência artificial chega ao mercado*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1988.
- KISHIMOTO, André. *Inteligência artificial em jogos eletrônicos*. 2004. 11 p. Disponível em: http://www.programadoresdejogos.com/trab_academicos/andre_kishimoto.pdf/. Acesso em: 20 fev. 2020.
- MAIA, W. A. *Percepção & inteligência artificial: conceitos, considerações e arquitetura*. São Paulo: Biblioteca24horas, 2012.
- SERAPIÃO, Adrine Beatriz de Souza. Fundamentos de otimização por inteligência de enxames: uma visão geral. *Revista Controle & Automação*, v. 20, n. 3, jul./ago./set. 2009. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-17592009000300002&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 20 fev. 2020.
- VERÓN, E. Teoria da midiaticização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Revista MATRIZES*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014.
- WALTHER-BENSE, E. *A teoria geral dos signos*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

Autores

Andreas Hepp

Professor de Mídia e Comunicações e Diretor do ZeMKI, Centro de Pesquisa em Mídia, Comunicação e Informação da Universidade de Bremen, Alemanha. Ele foi Pesquisador e Professor Visitante em instituições importantes como a London School of Economics and Political Science, Goldsmiths University of London, Université Paris II Panthéon ASSAS, Stanford University e outras. É autor de 12 monografias, incluindo *The Mediated Construction of Reality* (com Nick Couldry, 2017), *Transcultural Communication* (2015) e *Cultures of Mediatization* (2013). Seu livro mais recente é *Deep Mediatization* (2020). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7292-4147>, E-mail: ahepp@uni-bremen.de

Luís Mauro Sá Martino

Graduado em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (1998), com Mestrado (2001) e Doutorado (2004) em Ciências Sociais pela PUC-SP. Foi pesquisador-bolsista na School of Political, Social and International Studies na University of East Anglia, na Inglaterra (2008-2009). Professor do PPG em Comunicação da Cásper Líbero, onde leciona na Graduação em Jornalismo e é co-editor da *Revista Líbero*. Foi Coordenador do GT Epistemologia da Comunicação, da Compós (2015-2016), e é membro do corpo de pareceristas das revistas *Galáxia* (PUC-SP) e *Comunicação, Mídia e Consumo* (ESPM), entre outras. Autor, entre outros, dos livros *Ética, Mídia e Comunicação* (Summus, 2018), *Métodos de Pesquisa em Comunicação* (Vozes, 2018), *Teoria das Mídias Digitais* (Vozes, 2014), *Mídia, Religião e Sociedade* (Paulus, 2016), *The Mediatization of Religion* (Routledge, 2016), *Teoria da Comunicação* (Vozes, 2009) e *Comunicação e Identi-*

dade (Paulus, 2010). Suas pesquisas estão direcionadas, de um lado, para estudos sobre Teoria e Epistemologia da Comunicação; de outro, à compreensão das relações entre Mídia, Política e Religião. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>. E-mail: lmsamartino@gmail.com

Tiago Quiroga

Pós-doutorado [2017-2018] no Interdisziplinäres Zentrum für Historische Anthropologie, da Freie Universität (FUB), Berlim, Alemanha. Bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Doutorado [2009] em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Mestrado [2004] em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Bacharel em Jornalismo [2000] na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Vice-diretor da Faculdade de Comunicação (FAC), Universidade de Brasília (UnB), quadriênio 2019-2023. Atua nas áreas de Teoria da Comunicação, Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação, Filosofia e Epistemologia da Comunicação, Comunicação e Cultura, Comunicação Organizacional. Autor do livro *Pensando a episteme comunicacional* (EDUEPB/SCIELO Livros, 2013). Líder de grupo de pesquisa certificado pelo CNPq Ambiente 33 – Espacialidades, Comunicação, Estética e Tecnologias; membro do Laboratório de experimentação em linguagens digitais para dispositivos móveis e desenvolvimento de novos produtos jornalísticos para tablets e smartphones (Labdim), certificado pelo CNPq. Membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM-UnB); parecerista de associações científicas da área de comunicação; membro do conselho editorial e/ou avaliador de revistas científicas em Comunicação. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9095-1034> E-mail: tagorj@terra.com.br

Pedro Gilberto Gomes

Possui graduação em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1973), especialista em Teologia pela Pontifícia Universidad Católica de Santiago, mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1987) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1991). Atualmente é Professor Titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, comunicação cristã, comunicação, cultura e mídia. Membro e Presidente do Conselho Superior da FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul). Exerce o cargo de Vice-Reitor da Unisinos e é Diretor da Editora da mesma Universidade. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8287-4307>. E-mail: pgomes@unisinos.br

André Lemos

Professor Titular do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da UFBA. É engenheiro mecânico formado pela UFBA (1984), Mestre em Política de Ciência e Tecnologia pela COPPE/UFRJ (1991) e Doutor em Sociologia pela Université René Descartes, Paris V, Sorbonne (1995, bolsa do CNPq). Foi Visiting Scholar nas Universidades McGill e Alberta, ambas no Canadá (2007-2008, bolsa de pós-doutorado pelo CNPq) e no Programmable City Lab na National University of Ireland, Maynooth (Bolsa estágio Sênior, CAPES, 2015-2016). Membro fundador da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCIBER). Diretor do Lab404 – Laboratório de Pesquisa em Mídia Digital, Redes e Espaço (<http://lab404.ufba.br>). É atualmente pesquisador “1 A” do CNPq, Membro do Comitê Gestor do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT-DD), Membro Suplente do CGI (Brasil), Membro do Conselho Acadêmico da Cátedra Julian Assange de Tecnopolítica e Cultura Digital (CIESPAL-Ecuador), Conselheiro Substituto do Conselho de Ciência e Tecnologia do Estado da Bahia (CONCITEC) e Membro do External Advisory

Committee of DigiMedia (Digital Media and Interaction Research Centre) e do Advisory Board do *Journal of Digital Media & Interaction* da Universidade de Aveiro, Portugal. Professor Visitante em várias universidades brasileiras e estrangeiras. Foi membro titular do Comitê Assessor do CNPq para a área de comunicação (2009-2012) e Coordenador Geral do Comitê Assessor para as áreas de Comunicação, Ciências da Informação, Museologia e Artes do CNPq (2011-2012). Atua na área de comunicação e sociologia, com ênfase em cultura digital ou cibercultura. Tem 13 livros publicados/organizados e dezenas de artigos em revistas acadêmicas (Qualis A e B) nacionais e internacionais nas áreas de comunicação e sociologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9291-6494>. E-mail: almlemos@gmail.com

Jacques Alkalai Wainberg

Possui graduação em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1979), BA em jornalismo pela Universidade da Flórida, em Gainesville, mestrado em Jornalismo pela University of South Carolina (1990) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1996). O pós-doutorado foi realizado na Universidade do Texas, Austin, Estados Unidos e na Universidade de Tel Aviv. Atualmente é professor titular da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria e Ética do Jornalismo, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, turismo, tecnologia, reportagem, história e teoria da comunicação, relações públicas internacionais, relações internacionais e persuasão. ORCID: <https://orcid.org/000-0001-9274-4717>. E-mail: jacqalwa@pucrs.br

Natalia Raimondo Anselmino

Profesora de Grado Universitario en Comunicación Social en la Fac. de Ciencia Política y RRII, Universidad Nacional de Rosario (2005/2008). Promedio: 10 (sobresaliente), doctora en Comunicación Social por la Fac. de Ciencia Política y RRII, Universidad Nacional de Rosario (2007/2012) y licenciada en Comunicación Social por la Fac. de Ciencia Política y RRII, Universidad Nacional de Rosario (1997/2005). Investigadora CONICET (catego-

ría Asistente). Actua como docente-investigadora (categoría V del Programa de Incentivos) en la Universidad Nacional de Rosario y en la Universidad Abierta Interamericana, Miembro del Comité Académico del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) y Miembro del Consejo Editorial de la revista *La Trama de la Comunicación*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7217-8754>. E-mail: natalia_raimondo@hotmail.com

Stefan Bratosin

Professor da Université Paul Valéry Montpellier (França). Tem experiência na área de Sociologia, com ênfase em Sociologia da Comunicação e Tecnologias da Informação. Atua principalmente nos seguintes temas: mídia e religião, esfera pública, instituições religiosas, epistemologia e ateísmo. É associado ao grupo de pesquisadores do Institute for Advanced Religious Studies and Communications Internetworking (IARSIC), que tem como objetivo facilitar estudos interdisciplinares em teologia, filosofia e comunicação no contexto de mudanças culturais da humanidade. É editor da revista *Essachess – Journal for Communication Studies*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4592-8964>. E-mail: stefan.bratosin@iut-tlse3.fr

Mihaela-Alexandra Tudor

Mestre de conferência habilitada a dirigir pesquisas em Ciências da Informação e Comunicação, sendo responsável pelo eixo Comunicação e Transformação Social do CORHIS, no Departamento de Informação e Comunicação da Universidade Paul Valéry de Montpellier. Tem cerca de 70 artigos publicados em revistas científicas e duas dezenas de livros organizados e publicados. Desde 2014, é corresponsável pelo acordo ERASMUS+, entre a Universidade Paul Valéry, Universidade Politécnica Timisoara e Universidade Valahia de Targoviste, Romênia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1458-8952>. E-mail: mihaela.tudor.com@gmail.com

Ada C. Machado da Silveira

Professora Titular da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do CNPq. Possui graduação em Comunica-

ção Social Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1982), é Magister en Periodisme i Ciències de la Comunicació – Universitat Autònoma de Barcelona (1998), com mestrado em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (1992), Doctorado en Periodismo – Universitat Autònoma de Barcelona (2000) e com estágio pós-doutoral na Sorbonne III La Nouvelle (França). Professora Visitante na Universidad Nacional de Quilmes (Argentina, 2013) e Universidad Nacional del Este (Paraguai, 2016). Integra o projeto CAPES-STINT 2020-23. Publicou 87 artigos em periódicos especializados e 170 trabalhos em anais de eventos em português, espanhol e inglês. Possui 98 capítulos de livros, 6 livros publicados e organizou 23 obras, ademais de 7 Prefácios ou Apresentações. Possui 4 processos ou técnicas e outros 370 itens de produção técnica. Atualmente coordena 3 projetos de pesquisa e 1 de desenvolvimento. Em suas atividades profissionais interagiu com 375 colaboradores em coautorias de trabalhos científicos. Atua como membro de corpo editorial e revisora de diversos periódicos. Foi Coordenadora do Grupo de Pesquisa de Políticas e Estratégias de Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM (2007-2010). Como pesquisadora, recebe recursos para projetos e bolsas de agências de fomento como CAPES, CNPq, FAPERGS, FINEP e FAO-ONU. Lidera o grupo de pesquisa Comunicação, identidades e fronteiras e participa do grupo de pesquisa Comunicação e desenvolvimento conectado. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7554-2248>. E-mail: ada.silveira@ufsm.br

Ana Paula da Rosa

Graduada em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo (2001), mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2007), doutora em Ciências da Comunicação, na linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e pós-doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (2018) através de projeto Procad/Capes UFF/UPFE/UNISINOS. Atualmente é professora e pesquisadora na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), onde atua no Progra-

ma de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, na linha de pesquisa Midiaticização e Processos Sociais, além dos cursos de graduação em Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Relações Públicas e Comunicação Digital. Em 2019, assumiu a coordenação do Programa de Pós- Graduação. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: midiaticização, circulação de imagens, crise da visibilidade, imaginário, fotojornalismo, coberturas de atentados terroristas e enquadramentos midiáticos. É membro dos grupos de pesquisa Estudos em Comunicação Organizacional na UTFPR, Epistemologia da Comunicação da Unisinos, além do grupo Midiaticização e Processos Sociais. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7461-2278>. E-mail: anaros@unisinos.br

Antônio Fausto Neto

Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (1972), mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (1977), doutor em Sciences de La Communication et de L'information – École des Hautes Études en Sciences Sociales, França (1982) e estudos de pós-doutorado na UFRJ (1990). Pesquisador 1A do CNPq; membro do Comitê Científico do CNPq (área de comunicação); consultor ad hoc: CAPES, CNPq, Fundação Carlos Chagas. Professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); ex-professor na UFRJ, UFPb, UnB e PUC-Minas. Professor Colaborador do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB Campus João Pessoa. Presidente do Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO). Cofundador da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. Autor dos livros *Mortes em derrapagem* (1991); *O impeachment da televisão* (1995); *Ensinando a televisão: estratégias de recepção da TV Escola* (2001); *Desconstruindo os sentidos* (2001); *Lula Presidente – Televisão e política na campanha eleitoral* (2003); *O mundo das mídias* (2004). Professor titular PPGCC Unisinos e pesquisador do CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5952-3880>. E-mail: afaustoneto@gmail.com

Bernard Miège

Professor emérito de Ciências da Informação e Comunicação da Universidade Stendhal Grenoble III. É formado na Universidade de Paris em Economia e Estudos Políticos. Autor de 16 livros, entre eles: *O pensamento comunicacional* (Petrópolis: Vozes, 2000) e *A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social* (São Paulo: Paulus, 2009), que foram traduzidos para o português. Também publicou artigos, entre eles: “De retour à Compiègne” (2008); “France: l’incomplétude des relations entre journalisme et université” (2006); “L’ingénierie éducative d’un point de vue communicationnel” (2004); “Les TICs: un champ marqué par la complexité et un entrelacs d’enjeux” (2002). Atua nas seguintes áreas: industrialização da cultura, informação e comunicação, mutações do espaço público e epistemologia da informação - comunicação. Professor Emérito do GRESEC, Universidade Grenoble Alpes. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1704-0773>. E-mail: bernard.miege@gmail.com

Mario Carlón

Professor titular da Cátedra de Semiótica I (Semiótica de Redes) da Carreira de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires e Licenciado em História da Arte pela Faculdade de Belas-Artes da Universidade Nacional de La Plata. Investigador do Instituto Gino Germani, onde dirige atualmente o Projeto Ubacyt “Midiatizações da política e da arte. Entre os velhos e os novos meios”. É autor de diversas obras, entre elas: *Después del fin: Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube* (Buenos Aires: Crujía, 2016). *Medios y arte en la era de la producción colaborativa* (2012), junto com Carlos Scolari; *Las políticas de los internautas* (2012), junto com Antônio Fausto Neto; *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (2009), junto com Carlos Scolari; *De lo cinematográfico a lo televisivo: Metatelevisión, lenguajes y temporalidad* (2006). Professor e pesquisador da Universidade de Buenos Aires. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5303-1308>. E-mail: mariocarlon895@gmail.com

Lucrécia D'Alessio Ferrara

Professora titular junto ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Universidade Católica de São Paulo. Possui graduação em Letras Neolatinas pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1959), doutorado em Literatura Brasileira pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1964), livre-docência pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. É professora titular emérita da PUC-SP e professora titular aposentada da USP (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo). É líder do Grupo de Pesquisa Espaço-Visualidade/Comunicação-Cultura (ESPACC) certificado pela comissão de Pesquisa da PUC-SP e pelo Diretório dos Grupos de Pesquisa Nacionais. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria da Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: epistemologia da comunicação, cultura, semiótica, arquitetura e design. Professora Titular na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Pesquisadora CNPq. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4727-9817>. E-mail: ldferrara@hotmail.com

José Luiz Braga

Professor Titular e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos (RS) desde 1999, tendo coordenado o Programa de 2002 a 2004. É Pesquisador 1A do CNPq. Doutor em Comunicação pela Université de Paris II, Institut Français de Presse (1984). Mestre em Educação pela Florida State University. Foi pesquisador em TV Educativa no Instituto de Pesquisas Espaciais (Projeto Saci). Foi professor no Departamento de Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB, 1978-87) e da Universidade de Brasília (UnB, 1987-99), tendo sido, nesta última, Diretor da Faculdade de Comunicação. Foi Presidente da COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) na gestão 1993-95. É autor de *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática* (São Paulo: Paulus, 2006) e de outros livros e artigos acadêmicos na área da Comunicação. Atua principalmente nas seguintes áreas de interesse: métodos de pesquisa em Comunicação; crítica mediática; mediatização. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3742-1119>. E-mail: bragawarren@gmail.com

Jairo Ferreira

Professor Titular I do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Pós-doutor em comunicação pela UNR (Argentina). Formado em Jornalismo (UFRGS, 1982) e Ciências Econômicas (UFRGS, 1992), e mestre em Sociologia (UFRGS, 1997) e doutor em Informática na Educação (UFRGS, 2002), com sanduíche nos Arquivos Jean Piaget e na Unidade de Tecnologias Educacionais da School of Psychology and Education, University of Geneva (2000). Prêmio Capes-Paped 2001. Coordena os projetos Mediatização: inferências empíricas, epistemológicas e metodológicas da pesquisa de mídia no Brasil e na Suécia (CAPES/STINT) e o projeto Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais, diálogos norte-sul, em IV Edição (2020), que reúne cerca de 200 pesquisadores anualmente. Coordenou a criação e é editor de *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*. Em 2016, formulou e coordenou o projeto Seminário Internacional de Pesquisas em Mdiatização e Processos Sociais. Coordenou o Projeto/PROCAD intitulado Crítica Epistemológica – Análise de investigações em curso, com base em critérios epistemológicos, para desenvolvimentos reflexivos e praxiológicos na pesquisa em Comunicação com pesquisadores da UFG, UFJF e Unisinos. Coordenou também o Projeto Escola de Altos Estudos intitulado Mdiatização, técnica e tecnologias de informação e comunicação, que contou com a participação de Bernard Miège, Serge Proulx e Patrice Flichy, com os quais organizou três livros correlatos em 2016. Coordenou o GT de Epistemologia da COM-PÓS entre 2004 e 2006. Organizou 17 livros e tem cerca de 90 capítulos e artigos publicados em torno dos temas epistemologias da comunicação e mdiatização. Atua principalmente nos seguintes temas: epistemologias da comunicação, mdiatização, dispositivos, campos das mídias e circulação. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4540-0572>. E-mail: jferreira@unisinos.br

Índice Remissivo

A

- abordagem, abordagens 23, 25, 28, 33, 77, 81, 85, 87, 92, 96, 108, 109, 150, 151, 168, 169, 170, 171, 173, 176, 177, 181, 191, 203, 205, 233, 234, 235, 236, 297, 299, 317, 321
- acoplamento, acoplamentos 83, 212, 213
- afeto, afetos 73, 75, 93, 97, 111, 117, 282, 293, 319
- algoritmo, algoritmos 10, 30, 33, 95, 96, 98, 110, 244, 245, 251, 255, 259, 265, 269, 317, 319, 320, 321, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337
- alternância, alternâncias 292, 312, 313
- ambiente 23, 25, 26, 27, 29, 39, 40, 41, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 78, 98, 108, 110, 112, 169, 173, 181, 218, 220, 223, 246, 278, 284, 293, 301, 304, 309, 311, 314, 317, 318, 319, 325, 340
- ambiguidade 42, 154, 277
- antagonismo, antagonismos 276, 299, 305, 335, 336
- aparato, aparatos 48, 108, 109, 110, 192, 204
- aprendizado 41, 43, 48
- aprendizagem 39, 41, 49, 56, 80, 285

B

- big data 34, 61, 102, 110, 244, 247, 256, 272

C

- cibercultura 12, 15, 89, 90, 91, 98, 104, 273, 341, 342
- circuitos 46, 206, 218, 270, 300, 308, 309, 330
- circulação, circulações 3, 4, 7, 8, 10, 46, 52, 53, 59, 60, 61, 73, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 97, 124, 174, 179, 187, 188, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 199, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 215, 218, 220, 225, 226, 250, 270, 271, 272, 281, 300, 320, 328, 329, 330, 345, 348
- código, códigos 8, 46, 48, 66, 283, 302, 303, 304, 305, 306, 308, 314

coletivos 31, 56, 91, 92, 93, 114, 124, 175, 227, 228, 243, 250, 334

comportamento 15, 53, 64, 65, 67, 69, 71, 72, 79, 115, 298, 300, 306, 322, 325, 326, 327

comunicação 4, 9, 12, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 33, 39, 40, 48, 50, 53, 59, 60, 74, 75, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 88, 89, 90, 91, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 105, 107, 109, 111, 114, 115, 117, 118, 157, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 175, 176, 180, 181, 183, 184, 185, 190, 205, 206, 211, 215, 218, 219, 229, 233, 234, 235, 237, 238, 242, 245, 270, 273, 275, 277, 278, 281, 289, 291, 292, 293, 294, 297, 298, 299, 301, 302, 303, 305, 306, 310, 314, 315, 319, 321, 325, 328, 335 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348

comunicacional, comunicacionais 10, 50, 58, 59, 60, 73, 75, 83, 89, 91, 93, 95, 98, 100, 112, 154, 167, 168, 169, 172, 173, 174, 176, 180, 181, 182, 183, 211, 217, 218, 225, 228, 239, 297, 299, 300, 301, 303, 304, 305, 306, 312, 320, 328, 329, 337, 340, 346

comunidades 23, 25, 28, 31, 32, 33, 117, 171, 176, 196, 201, 203, 225, 256, 257, 258, 259

conceito, conceitos 9, 23, 25, 26, 27, 30, 42, 43, 46, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 90, 92, 93, 96, 98, 105, 109, 110, 111, 118, 161, 170, 171, 189, 203, 229, 235, 236, 272, 278, 279, 280, 288, 289, 292, 302, 303, 309, 321, 337

conservadorismo 55, 56, 63, 313

construção, construções 26, 27, 29, 30, 33, 43, 63, 78, 80, 84, 85, 95, 99, 170, 179, 180, 184, 190, 191, 192, 199, 213, 216, 218, 220, 225, 236, 238, 239, 246, 287, 293, 301, 307, 311, 321, 326, 335, 336

convergência, convergências 110, 118, 172, 175, 206, 215, 217, 221, 224, 227, 229, 247

convivência 44, 297, 304, 306, 312, 314

corona 218, 220, 227, 319

cultural, culturais 12, 24, 27, 49, 51, 55, 56, 57, 68, 71, 72, 91, 94, 96, 98, 102, 103, 217, 218, 235, 239, 241, 242, 243, 277, 278, 281, 282, 284, 286, 288, 289, 290, 292, 293, 301, 310, 321, 323, 328, 331, 332, 335, 336, 343

D

dado, dados 25, 29, 30, 32, 33, 43, 61, 70, 71, 72, 81, 86, 95, 98, 100, 113, 126, 149, 151, 172, 173, 192, 202, 215, 220, 225, 226, 240, 244, 245, 262, 278, 279, 303, 311

democracia, democracias 55, 56, 64, 67, 71, 147, 230, 271, 272, 274, 312, 313, 341

- determinismo 108, 247
- digital, digitais 9, 12, 24, 29, 30, 31, 32, 33, 37, 41, 45, 48, 49, 50, 74, 75, 78, 87, 89, 90, 91, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 105, 125, 167, 168, 169, 172, 175, 178, 179, 181, 182, 207, 211, 212, 214, 219, 235, 236, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 246, 255, 277, 281, 284, 286, 287, 293, 294, 309, 315, 317, 318, 323, 327, 329, 330, 339, 340, 341, 342, 345
- discursividades 160, 211, 218, 228
- discurso, discursos 9, 10, 17, 33, 45, 46, 48, 49, 79, 95, 97, 100, 104, 115, 116, 117, 118, 123, 124, 125, 126, 127, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 138, 140, 141, 142, 143, 145, 146, 152, 154, 158, 160, 178, 180, 183, 185, 187, 191, 193, 199, 201, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 218, 219, 220, 222, 226, 227, 228, 229, 237, 247, 268, 270, 271, 285, 299, 309, 321, 330, 334
- discurso de combate, discursos de combate 227, 228, 229
- discurso político, discursos políticos 118, 132, 210, 211, 212, 213, 214, 228, 271
- discursos sociais 10, 124, 209, 212, 227
- dispositivo, dispositivos 25, 39, 43, 45, 46, 49, 50, 53, 57, 61, 64, 69, 71, 72, 73, 84, 85, 86, 88, 92, 95, 98, 101, 141, 222, 227, 235, 236, 238, 239, 246, 251, 266, 276, 280, 282, 303, 304, 336, 340, 347, 348

E

- educação 39, 40, 41, 46, 47, 50, 51, 80, 88, 111, 170, 215, 313, 347, 348
- efeito, efeitos 24, 27, 28, 46, 56, 57, 67, 66, 70, 92, 97, 108, 112, 115, 116, 117, 118, 154, 157, 191, 201, 209, 211, 212, 214, 220, 221, 223, 226, 228, 236, 276, 277, 283, 286, 288, 289
- emoção, emoções 9, 56, 107, 108, 111, 112, 113, 118, 161, 299
- epistemologia, epistemologias 9, 12, 53, 89, 91, 275, 276, 288, 290, 291, 292, 293, 314, 319, 337, 339, 340, 343, 345, 346, 347, 348
- espetáculo 16, 73, 111, 113, 114, 291
- espírito, espíritos 108, 117, 164, 173, 283
- estigma 71
- estratégia. estratégias 69, 70, 190, 194, 206, 209, 212, 213, 214, 220, 224, 226, 240, 241, 243, 245, 293, 300, 302, 303, 304, 306, 309, 312, 313, 326, 327, 344, 345

F

- fantasia 73, 112, 113, 221

G

global 30, 60, 91, 103, 157, 184, 193, 248, 265, 270, 273, 291, 300, 325
gramática, gramáticas 60, 64, 110, 140, 209, 212, 213

H

homem, homens 62, 70, 189, 203, 204, 206, 222, 228, 277, 278, 279, 280,
281, 282, 284, 285, 286, 287, 288, 290, 292, 294
humanidade 54, 78, 246, 343

I

igualdade, igualdades 81, 158, 190, 291
imagem, imagens 10, 16, 52, 60, 64, 66, 67, 74, 85, 86, 88, 151, 154, 155,
161, 169, 180, 185, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196,
197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 217, 237,
246, 276, 314, 322, 332, 334, 345
imaginário, imaginários 18, 59, 85, 88, 112, 116, 172, 180, 187, 189, 190,
191, 193, 194, 197, 199, 201, 203, 204, 205, 208, 217, 218, 331, 345
impacto, impactos 94, 108, 109, 115, 118, 169, 175, 177, 181, 221
incivilidade, incivilidades 12, 187, 192, 193, 197, 205, 233, 236, 299
indústria, indústrias 167, 241, 242, 292, 321
inferência, inferências 12, 63, 168, 233, 297, 302, 303, 306, 317, 325, 327,
328, 330, 331, 334, 348
informação, informações 15, 57, 58, 59, 60, 170, 221, 225, 226, 233, 234,
235, 237, 238, 240, 241, 242, 245, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281,
282, 284, 292, 293, 294, 302, 339, 342, 343, 346, 348
interação 12, 27, 39, 44, 49, 84, 87, 94, 114, 117, 171, 176, 204, 212, 228,
299, 301, 302, 303, 304, 306, 307, 317, 318, 320, 321, 325, 329, 330,
331, 332, 336
intermediação 47, 49, 243, 244
internet 25, 95, 108, 125, 142, 146, 237, 252, 254, 267, 277, 295, 315
interpenetração, intrepetrações 10, 206, 209, 212, 216, 219, 226, 228,
229
intolerância, intolerâncias 3, 4, 7, 8, 10, 187, 192, 193, 233, 236, 297, 298,
299, 304, 305, 306, 308, 309, 312, 313, 314
invenção, invenções 41, 108, 283, 303, 310

J

jornalismo 25, 29, 113, 167, 169, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180,
181, 183, 184, 185, 194, 195, 197, 199, 200, 204, 206, 217, 339, 340,
341, 342, 344, 345, 348

L

leitura, leituras 45, 79, 178, 183, 190, 218, 220

liberal 17, 305

lógica, lógicas 26, 27, 48, 59, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 69, 70, 71, 72, 74, 84, 85, 86, 95, 110, 161, 170, 171, 174, 178, 187, 191, 192, 193, 194, 199, 201, 206, 209, 211, 212, 213, 214, 227, 251, 255, 256, 258, 259, 260, 262, 266, 267, 281, 300, 301, 317, 318, 319, 322, 323, 325, 328, 332, 333, 335, 336

M

mediação, mediações 9, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 26, 28, 46, 48, 61, 79, 88, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 103, 104, 167, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 180, 181, 182, 184, 206, 210, 212, 226, 233, 235, 243, 272, 277, 293, 303, 315, 327, 331, 332, 335, 336, 352

mercantilização 55, 236

mídia, mídias 15, 16, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 39, 40, 41, 45, 46, 47, 48, 85, 86, 87, 91, 92, 94, 95, 98, 103, 107, 109, 110, 111, 114, 117, 118, 119, 124, 150, 151, 152, 154, 163, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 184, 185, 204, 205, 206, 208, 211, 213, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 226, 229, 235, 236, 237, 239, 241, 242, 245, 250, 275, 276, 277, 278, 282, 284, 289, 291, 292, 294, 312, 339, 340, 341, 343, 345, 347, 348, 352

mediatização, mediatizações 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 39, 41, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 58, 60, 61, 62, 73, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 90, 93, 94, 95, 101, 103, 107, 109, 110, 111, 112, 115, 118, 119, 123, 124, 149, 150, 151, 154, 155, 157, 158, 160, 161, 163, 164, 167, 168, 169, 170, 171, 173, 174, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 184, 187, 188, 191, 192, 193, 194, 199, 201, 203, 204, 205, 206, 208, 210, 211, 212, 213, 218, 229, 233, 234, 235, 236, 237, 243, 245, 246, 247, 250, 270, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 281, 282, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 297, 300, 309, 310, 311, 312, 314, 315, 317, 318, 319, 320, 321, 328, 330, 331, 336, 337, 344, 345, 346, 348, 352

modernização 55, 56, 57, 58, 68, 173

movimento, movimentos 10, 23, 25, 31, 32, 33, 63, 68, 75, 83, 87, 96, 97, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 158, 160, 161, 163, 175, 189, 195, 202, 227, 238, 243, 327

N

noticiabilidade 10, 167, 168, 169, 172, 173, 174, 175, 177, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 291

O

observação, observações 24, 226, 276, 297, 300, 302, 323

P

pensamento, pensamentos 16, 58, 73, 79, 82, 87, 93, 149, 151, 183, 189, 205, 235, 280, 287, 300, 302, 308, 310, 318, 346

plural, plurais 239, 275, 277, 289, 300, 304, 314

poder, poderes 15, 48, 54, 55, 58, 60, 61, 64, 65, 68, 69, 71, 74, 85, 86, 87, 96, 97, 102, 112, 126, 130, 144, 157, 164, 169, 171, 174, 175, 177, 179, 180, 181, 183, 185, 187, 188, 190, 191, 193, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 220, 249, 250, 258, 259, 262, 269, 270, 274, 279, 285, 289, 290, 293, 308, 311, 312, 314, 321, 332, 333

polaridade, polaridades 291, 312, 313

polarização, polarizações 3, 4, 7, 8, 10, 12, 13, 169, 181, 189, 205, 250, 275, 276, 290, 292, 297, 299, 300, 304, 306, 308, 309, 311, 313, 314, 317, 318, 331, 332, 333, 335, 336

política, políticas 10, 12, 26, 31, 32, 33, 51, 55, 57, 58, 60, 61, 67, 68, 72, 75, 76, 87, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115, 118, 128, 130, 131, 134, 142, 143, 146, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 158, 159, 160, 161, 163, 164, 170, 172, 177, 178, 185, 206, 211, 215, 216, 217, 222, 225, 230, 242, 253, 256, 258, 260, 261, 262, 263, 266, 270, 271, 272, 273, 274, 281, 284, 288, 289, 291, 292, 293, 299, 301, 308, 309, 312, 313, 314, 319, 320, 328, 335, 337, 340, 341, 342, 344, 345, 346

público, públicos 42, 48, 56, 72, 73, 96, 97, 107, 110, 113, 114, 116, 123, 124, 125, 126, 127, 132, 133, 135, 137, 140, 141, 142, 145, 146, 149, 150, 151, 152, 154, 155, 157, 160, 163, 184, 208, 217, 225, 241, 244, 252, 254, 255, 258, 259, 264, 274, 276, 293, 313, 320, 346

R

rede, redes 12, 32, 33, 41, 80, 91, 92, 95, 96, 98, 99, 100, 104, 109, 124, 125, 132, 133, 136, 145, 146, 147, 150, 161, 172, 173, 174, 175, 185, 198, 202, 210, 211, 217, 219, 220, 225, 236, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 256, 258, 259, 260, 261, 266, 267, 268, 271, 272, 273, 277, 281, 282, 309, 315, 321, 323, 327, 329, 330, 334, 336, 341, 346

revolução, revoluções 59, 68, 179, 238, 242, 290, 294, 317

revolucionário 63, 108, 111

S

segurança 17, 124, 167, 169, 177, 178, 181, 182, 183, 185, 290

- semiótica, semióticas 12, 93, 131, 140, 146, 184, 208, 252, 274, 265, 317, 328, 329, 330, 345, 346, 347
- sentido, sentidos 9, 10, 15, 17, 18, 34, 43, 44, 46, 50, 66, 72, 77, 78, 81, 83, 84, 99, 108, 109, 125, 127, 128, 133, 137, 161, 163, 169, 173, 175, 177, 181, 189, 190, 191, 194, 201, 202, 203, 204, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 217, 226, 233, 235, 244, 246, 249, 250, 251, 252, 255, 260, 268, 269, 270, 272, 274, 277, 278, 280, 283, 284, 286, 287, 288, 292, 302, 309, 312, 319, 322, 323, 326, 328, 329, 332, 345
- símbolo, símbolos 85, 86, 107, 173, 182, 193, 194, 200, 206, 208, 329, 331, 334
- simetria, simetrias 276, 297, 307, 308
- sistema, sistemas 15, 17, 30, 46, 59, 60, 61, 64, 79, 81, 87, 97, 111, 125, 132, 174, 175, 210, 212, 213, 215, 219, 225, 226, 227, 229, 242, 253, 264, 267, 277, 282, 283, 284, 299, 310, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 330, 331, 333, 335, 336, 337

T

- tecnologia, tecnologias 15, 18, 25, 27, 30, 31, 32, 33, 39, 41, 42, 43, 45, 47, 61, 62, 64, 78, 82, 87, 91, 92, 95, 98, 107, 108, 110, 111, 115, 171, 191, 204, 211, 233, 240, 246, 273, 276, 278, 280, 281, 282, 283, 286, 287, 288, 291, 292, 293, 309, 310, 311, 312, 315, 329, 330, 340, 341, 342, 343, 348
- tempo, tempos 16, 18, 29, 31, 39, 42, 46, 47, 48, 53, 54, 55, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 74, 75, 79, 83, 85, 94, 95, 108, 109, 110, 116, 149, 151, 157, 171, 175, 178, 180, 181, 187, 189, 192, 193, 194, 213, 214, 215, 216, 218, 222, 242, 243, 247, 272, 278, 283, 285, 286, 288, 289, 299, 306, 320, 326, 332, 334, 336, 352
- trajetória, trajetórias 10, 209, 213, 226, 227, 228, 326

U

- utopia, utopias 32, 68, 108

V

- vigilância 18, 99, 152, 167, 169, 178, 181, 182, 220, 227, 246
- virtual, virtuais 74, 110, 118, 137, 185, 258, 295, 334



CASA LEIRIA
Rua do Parque, 470
São Leopoldo-RS Brasil
casaleiria@casaleiria.com.br

(Continuação da aba da capa)

A média de submissões aos Grupos de Trabalho nos três eventos realizados é de 200 resumos ampliados, distribuídos entre professores pesquisadores (em torno de 20%), doutores e doutorandos (cerca de 30%), mestres e mestrandos (idem, 30%) e graduados e graduandos (20%). Mais de 50% dos participantes são de estados fora do Rio Grande do Sul, e a maioria esmagadora (cerca de 80%) de fora da Unisinos.

Entre os seus resultados, além dos processos formativos no curso de sua realização, acentuamos a consolidação em uma biblioteca de reflexões, em formato de artigos completos das apresentações em GTs e livros, publicados no formato de e-book (com capítulos produzidos pelos participantes das Mesas de Conferências). Os resumos ampliados deste III Seminário estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-resumos/issue/view/12>. Os artigos completos estão disponíveis em <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/issue/view/5>.

Este livro das Mesas de Debates do III Seminário, desta edição em e-book, está disponibilizado não só no acervo do projeto (<https://www.midiaticom.org/e-books/>), mas também da FACOS UFSM (<https://www.ufsm.br/editoras/facos/publicacoes/>). Reiteramos os nossos agradecimentos a Capes e CNPq pelo auxílio financeiro, essencial para a viabilização desta proposta de conversação a partir de pesquisas, teóricas e empíricas, realizadas por seus participantes.

“Houve um tempo em que a grande pergunta era esta: o que a mídia faz com a gente? Tantos deram respostas. Cada resposta convenceu por algum tempo. Depois, foi abandonada. Aí se mudou a pergunta: o que a gente faz com a mídia? Tudo parecia resolvido com essa inversão. Foi uma época feliz. A recepção era mais forte do que a emissão. Sobreveio o cansaço, voltou a dúvida. Tentou-se uma terceira pergunta mais complexa e sinuosa: o que a gente faz com o que a mídia faz com a gente? Já passou. Outras formulações são possíveis: o que a gente faz com a mediação? O que fazemos com a midiatização? Quem está no comando? Uma resposta possível é esta: todos. Ou ninguém. A borboleta cede lugar ao vírus. Antes, nos bons tempos, dizia-se que o bater de asas de uma borboleta na China repercutia em qualquer parte do mundo. A tese está confirmada. Sem a borboleta. E sem culpar os chineses pelas tragédias que a história nos oferece. Cada tempo com a sua tragédia e a sua agonia.”

Juremir Machado da Silva

ISBN 978-85-8384-100-5



9 788583 841005 >