Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Na busca pela desmistificação da hipérbole: apontamentos sobre esquemas de análise dos processos de midiatização[1]

In the search for demystification of hyperbole: notes on analysis schemes of mediatization processes

Clarissa Schwartz

Palavras-chave: Midiatização; Comunicação; Rural.

1 Introdução

O presente artigo discute perspectivas dos estudos da midiatização e suas contribuições para o campo da comunicação especialmente a partir de propostas de análise de Eliseo Verón (1997) e de Pedro Gilberto Gomes (2017) para, em um momento posterior, realizar alguns apontamentos que nos auxiliem na compreensão de um processo específico de midiatização referente às compreensões dominantes sobre o rural brasileiro.

Verón (1997) compreende que, mesmo antes de desenvolvermos uma boa teoria sobre a midiatização, estaríamos apostando em uma fase posterior desse processo. O autor refere-se especialmente à hipótese de Jean-Pierre Balpe (1995) de que as sociedades pós-industriais estariam adentrando em uma etapa de hipermidiatização.

> Em situações de rápida mudança social, a hipérbole é talvez uma posição retórica inevitável. Hipérboles positivas, habitualmente utopistas, por parte dos tecnocratas que constroem estes discursos que

[1] Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

> acompanham a difusão social das novas tecnologias da comunicação. Hipérboles negativas habitualmente catastróficas por parte de intelectuais que tendo gastado muitos anos de suas vidas tratando de compreender (e em explicar aos demais) o mundo em que vivemos, sentem a angústia de ficar parcial ou totalmente "fora do jogo" (Verón, 1997, p. 9-10, tradução nossa, grifo do autor).

Analisando o contexto atual, Nick Couldry e Andreas Hepp (2017, p. 2) apontam um período de "midiatização profunda", constituído por fatores como a maior fragmentação da audiência e os riscos de inviabilidade econômica das organizações de mídia integrada em larga escala. Vinte anos depois dos apontamentos de Verón, nos perguntamos: os qualificadores adicionados ao termo "midiatização" seriam ainda um exagero?

Maria Cristina Mata (1999) contextualiza o surgimento das noções de cultura midiática e midiatização nas sociedades qualificadas como pós-modernas, como um novo princípio para a compreensão dos fenômenos de produção coletiva de significados que remete à insuficiência de categorias anteriores para explicar o fenômeno. Seria o exemplo da noção de cultura massiva associada a um estado de desenvolvimento da modernidade. A autora avalia que a noção apresentada por Verón (1992) propõe um novo cenário, o da sociedade em vias de midiatização, caracterizado pela transformação das práticas sociais pelos meios, o tempo de superação, de realização plena do que estava no projeto da modernidade.

José Luiz Braga (2006) atenta para que o termo "mediatização" seja relacionado - no mínimo - a dois âmbitos sociais: um específico, quando processos sociais particulares como política e entretenimento, por exemplo, passam a se desenvolver de acordo com as lógicas da mídia; e outro âmbito macro, que corresponde à midiatização da própria sociedade. Desse modo, o autor relaciona a mediatização a um processo interacional incompleto, mas em implantação acelerada para se tornar referência.

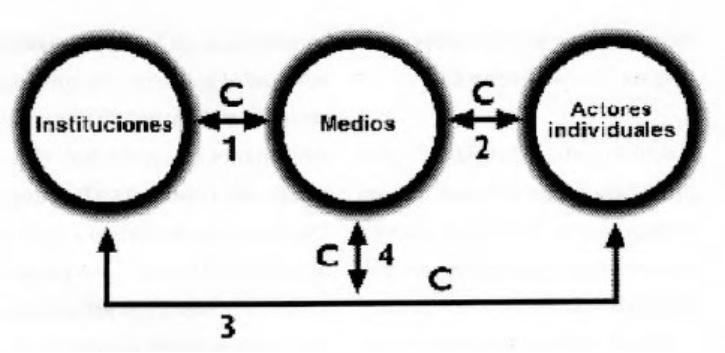
Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Prosseguindo em nossa argumentação, trazemos a Stig Hjarvard (2012) que concebe a midiatização como uma fase do desenvolvimento da sociedade e da cultura, caracterizada por uma influência predominante dos meios de comunicação em outras instituições sociais. No entanto, Hjarvard (2012) compreende que o entendimento pós-modernista sobre a midiatização é simples (a realidade mediada ultrapassa a realidade experiencial) e exagerado (o desaparecimento da realidade e das distinções). Um quadro complexo que nos remete também às hipérboles referidas por Verón.

2 Esquemas de análise dos processos de midiatização

Verón (1997) assinala que o conceito de midiatização permite pensar conjuntamente aspectos de mudança social das sociedades industriais que eram analisados de modo disperso. O autor propõe uma representação por meio de um esquema para simplificar a complexidade dos fenômenos da midiatização (Figura 1).

Figura 1 – Esquema de análise dos fenômenos da midiatização



Fonte: Reprodução Verón (1997, p. 14).

O autor destaca que no esquema proposto não existem processos lineares causa/efeito e sim uma teia de circuitos de *feedback*. A Figura 1 mostra as relações entre as instituições não midiáticas (à esquerda), as instituições midiáticas (no centro) e os

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

atores individuais (à direita) inseridos em complexas relações sociais. As letras "C" designam os coletivos produzidos no centro da comunicação como os cidadãos e os consumidores. O autor associa a noção de coletivo ao conceito peirceano de interpretante e considera o conceito central para a compreensão das estratégias enunciativas dos discursos midiáticos. Ele destaca que em cada um desses setores também podem ser destacadas relações internas influenciadas pelo processo de midiatização como os vínculos familiares, as práticas dos meios de comunicação, etc., sendo que "[...] o termo midiatização não designa outra coisa que hoje não seja a mudança social das sociedades pós-industriais" (Verón, 1997, p. 15, tradução nossa).

A segunda proposta de análise do processo de midiatização que nos propomos a discutir é a apresentada por Gomes (2017, p. 126) ao considerar que, depois da invenção da escrita, o desenvolvimento das tecnologias digitais implicou num "salto quântico" para a humanidade. O autor denomina este salto de midiatização e a mudança provocada por tal processo constitui um novo modo de ser, pensar e agir no mundo. O processo comunicacional da atualidade corresponderia ao pensamento sistêmico que concebe o desenvolvimento humano não apenas a partir dos indivíduos, mas do contexto e suas relações sem abandonar os microfenômenos do cotidiano. Nesse sentido, Gomes propõe um mapa sistêmico que objetiva mostrar a sociedade no processo dinâmico de comunicação (Figura 2).

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Figura 2 – Mapa sistêmico para leituras dos processos midiáticos atuais



Fonte: Reprodução Gomes (2017, p.132).

O autor explica que o incremento do nível da comunicação aumenta o grau de estruturação da sociedade que, por sua parte, eleva o desenvolvimento humano e a qualidade do processo midiático, colaborando para fatores como rapidez e eficácia da comunicação, refletindo, assim, no nível de comunicação alcançado. Ele ressalta que, a partir das tecnologias digitais, as inter-relações aumentam e se complexificam, dando origem a uma nova ambiência que engloba as dinâmicas particulares, e se distinguem de maneira radical do modo de ser na sociedade caracterizada como sociedade dos meios. O autor compreende ainda que a midiatização empreende dois movimentos simultâneos e dialéticos: a) é resultante de relações, inter-relações, conexões e interconexões produzidas pela sociedade pelo uso dos meios, especialmente os digitais; b) é significadora de um novo ambiente social que reflete de modo profundo estas mesmas relações, inter-relações, conexões e interconexões: “A sociedade é em midiatização. O ser humano é em midiatização. Isso, hoje, sublinhe-se, configura um novo modo de ser no mundo” (Gomes, 2017, p. 136).

Duas décadas separam os esquemas de análise propostos para investigar os processos de midiatização da sociedade. Enquanto Verón privilegia as relações entre os

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

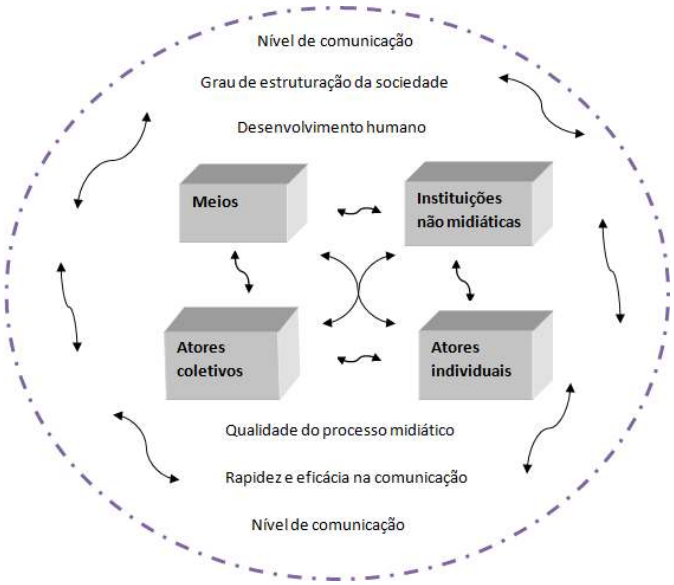
atores individuais e as instituições midiáticas ou não midiáticas e a construção de coletivos, Gomes (2017) atenta para fatores específicos impulsionados pelo processo de midiatização. Em que pese Verón assinalar a existência de flechas duplas em todas as relações, a apresentação do esquema em modo linear – com a centralidade dos meios e as instituições não midiáticas e os atores individuais às margens – pressupõe ainda que a passagem da sociedade dos meios para a sociedade midiatizada ainda não foi concluída. Desse modo, compreendemos que um esquema de análise a partir de um mapa sistêmico como proposto por Gomes (2017) contempla o fluxo ininterrupto dos processos de midiatização numa perspectiva filosófica, aprofundando as características sócio-semióticas analisadas por Verón.

3 Refletindo sobre a análise da midiatização do rural

Consideramos os meios de comunicação digitais como um dos fatores que atenuam as diferenças entre rural e urbano e auxiliam que o campo ou meio rural - historicamente associado a um ambiente de privações - passe a ser reconhecido também pelo seu potencial econômico, cultural e social. Ao nos aproximarmos da proposta de nosso objeto de análise - a midiatização do rural brasileiro - privilegiamos o esquema de análise através de um enfoque sistêmico em função da fluidez do processo.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Figura 3 – Mapa sistêmico para observação da midiatização do rural



Fonte: Elaboração da autora a partir de Verón (1997) e Gomes (2017).

No entanto, sentimos a necessidade de contemplar também os elementos elencados por Verón (1997). Compreendendo que vivemos em "mundos midiatizados" (Hepp, 2014, p. 53) em que todos estão inseridos no processo, mesmo aqueles que estão em uma situação de "midiatização periférica" (Steinbrenner, 2011 apud Gonçalves, 2014), inserimos os elementos dentro de um círculo. A partir destes pressupostos, procuramos demonstrar com o mapa sistêmico da Figura 3 que:

a) o rural está em midiatização: por isso o círculo que reúne os elementos é pontilhado, atentando para as lacunas que demonstram a incompletude do fenômeno (Braga, 2006). Compreendemos que essa incompletude é uma característica marcante do ambiente rural brasileiro que - em função de diferenças diversas - apresenta contextos de midiatização bastante distintos;

b) as instituições e os atores dividem o protagonismo do processo de midiatização: no núcleo deste círculo, em uma situação de protagonismo do processo, inserimos os

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

quatro elementos elencados por Verón: os meios, as instituições não midiáticas e os atores individuais e coletivos. As principais instituições não midiáticas compreendidas aqui são a família, a escola, a religião, as instituições de representação sindical, o Estado e as instituições bancárias. Os moradores do campo, estudantes de escolas do interior, trabalhadores agrícolas e não-agrícolas e prestadores de serviço individuais são considerados os principais atores individuais. Já as associações de produtores, clubes de mães, grupos de jovens, organizações não-governamentais e tantos outros podem ser compreendidos como os atores coletivos à frente deste processo;

c) embora todos os elementos se relacionem, as relações apresentam heterogeneidades: atentamos que as flechas duplas que indicam essas relações no esquema de Verón (1997), em nossa proposta específica configuram-se como curvas ascendentes e descendentes para representar o processo de midiatização do rural que não é homogêneo, nem constante;

d) os processos resultam da ação das instituições e dos atores: às margens deste círculo - como uma consequência da ação realizada no núcleo - estão os processos elencados por Gomes (2017). Compreendemos que é através desses processos que rural e urbano se inter-relacionam.

Buscando uma resposta à questão lançada em nossa introdução – se passadas duas décadas dos apontamentos de Verón, os qualificadores adicionados ao conceito midiatização seriam ainda um exagero - compreendemos que talvez essas diferentes perspectivas (“profunda”, “periférica”, “hiper”) possam nos auxiliar na compreensão da própria midiatização que é um processo multifacetado e suas especificidades e que poderiam facilitar seu entendimento como um todo. Avançando para nosso objeto específico de análise, entendemos que as lacunas deste rural brasileiro que está em midiatização serão preenchidas lentamente ao passo que os processos que hoje estão às margens se aproximem do núcleo e passem também a constituí-lo. Assim, o estudo da

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

midiatização do rural brasileiro e sua hiperbolização positiva ou negativa pode ser considerado como constitutivo da perspectiva de quem mira o rural a partir de processos urbanizantes e vice-versa.

Referências

BRAGA, J. L. Mediatização como processo interacional de referência. **Animus,** Santa Maria, v. V, n. 2, jul./dez., 2006. p. 9-35.

COULDRY, N.; HEPP, A. The continuing lure of the mediated centre in times of deep mediatization: "Media events" and its enduring legacy. **Media Culture and Society Journal.** Londres, 2017. p. 1-4.

GOMES, P. G. **Dos meios à midiatização**: um conceito em evolução. São Leopoldo: Unisinos, 2017.

GONÇALVES, D. **Midiatização e contexto rural**: análise dos usos e apropriações de dispositivos midiáticos em comunidades da Reserva Extrativista Chico Mendes, Acre. São Leopoldo. Dissertação de mestrado. Unisinos, 199 p.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, jan./jun. 2014, p. 45-64.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**. São Paulo, ano V, n. 2, jan./jul., 2012, p. 53-91.

MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Diálogos de la comunicación**, Lima, 1999, p. 80-91.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 48, 1997, p. 9-17.