

indicar como práticas já existentes são completamente transformadas ao se reportarem ao espaço virtual.

A *mediatização indireta*, ou *fraca*, refere-se a processos mais sutis, e por isso mesmo mais difíceis de serem detectados. Uma visita a uma loja de brinquedos ou de material escolar, por exemplo, faz com que o consumidor se sinta dentro de um programa de televisão – uma boa parte dos brinquedos, cadernos e estojos são estampados com personagens de filmes, desenhos animados ou séries de TV. Uma visita ao McDonald's ou ao Burger King, para citar a ilustração de Hjarvard, é uma experiência mediatizada: enquanto come, a pessoa é cercada por personagens do sucesso mais recente do cinema ou da televisão, desde a toalha de papel que cobre a bandeja até os brindes que vêm com alguns sanduíches.

O conceito de mediatização tem o mérito de explicar as transformações no modo de viver contemporâneo ultrapassando qualquer dualidade entre “mídia” e “sociedade” em favor de uma articulação complexa e contraditória entre esses elementos, pensando que o fenômeno está presente o tempo todo, em todos os lugares – inclusive no celular que, provavelmente, esteve próximo durante a leitura deste texto.

HJARVARD, S. “Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural”. *Matrizes*, vol. 5, n. 2, jan.-jun./2012, p. 53-91.

3

A vida mediada: Sonia Livingstone e “a mediação de tudo”

Até meados dos anos de 1990, qualquer pesquisador interessado em compreender os meios de comunicação encontraria textos e artigos com títulos parecidos com “Comunicação de massa e sociedade”, “Televisão e política” ou “Mídia e religião”. A partir do início do século XXI, no entanto, começaram a aparecer títulos como “democracia midiática”, “política mediada” e “a mediatização da política”. Foi uma mudança no mundo ou em nossa maneira de ver o mundo? A questão é colocada pela pesquisadora britânica Sonia Livingstone em seu texto “Sobre a mediação de tudo”, de 2008.

No caso dos meios de comunicação, a principal transformação foi sua integração cada vez maior com as práticas sociais, isto é, com a maneira como as pessoas vivem em seu cotidiano.

Se até meados dos anos de 1990 era possível falar nos “Meios de Comunicação de Massa” como uma instituição social que, como a Política e a Religião, trabalhava com certa *independência*, a partir do final do século XX nota-se uma *interdependência* entre as mídias digitais e as instituições sociais.

A ideia de mediação refere-se ao processo segundo o qual as instituições sociais são transformadas a partir de sua articulação com as mídias. Se, por um lado, os meios de comunicação de massa continuam atuantes e mantêm seu *status* de instituição social, por outro lado a noção de mídia foi radicalmente expandida nas últimas décadas, e a circulação de mensagens, seja no nível individual ou institucional, passou largamente a acontecer a partir de outras mídias além da televisão e do cinema, por exemplo.

Se é possível jogar com as palavras, com o risco que isso traz, valeria a pena pensar “mediação” não como “algo que fica no meio”, mas como “ação dos *media*”, lembrando que, no mundo acadêmico anglo-saxônico, *media* é o que geralmente aqui se refere por *mídia*. Assim, neste sentido, a mediação

da sociedade seria a ação da mídia sobre as instituições sociais, articulando-se com suas práticas e abrindo caminho para modelos diferentes de interação entre elas e mesmo entre seus participantes.

O jogo de palavras, aliás, é mais do que uma simples questão de terminologia.

Nas últimas décadas, o conceito de mediação, bem como o de mediatização, receberam inúmeras definições e vêm sendo objeto de várias discussões. Aparentemente, o que um pesquisador chama de “mediação”, no sentido exposto no parágrafo acima, é chamado de “mediatização”, “medialização”, “mediação”, “virada midiática” e assim por diante. Para aumentar o problema, nas discussões acadêmicas internacionais, a palavra “mediação” (em inglês, *mediation*) nem sempre significa algo relacionado especificamente aos meios de comunicação, mas a qualquer coisa que esteja “no meio” de uma situação – em polonês, por exemplo, o termo se refere a questões judiciais, enquanto em tibetano o “mediador” é a pessoa responsável por apresentar futuros casais.

Livingstone propõe, para desembaraçar esses fios de texto, pensar a ação da mídia sobre outras instituições sociais como parte de um conceito de “mediação”. Assim, mediação refere-se às alterações provocadas pela ação das mídias sobre práticas e instituições sociais que passam a se reorganizar a partir da presença ubíqua dos meios de comunicação, sobretudo os digitais.

Um elemento importante a destacar é a questão de “ação” nesse conceito. A ideia é de que as mídias efetivamente *agem* sobre as instituições sociais, exigindo delas uma readaptação para seus conceitos, práticas e ações. A mediação não é um processo unilateral, mas implica uma reorganização das práticas institucionais de maneira a não abrir mão de suas características específicas, mas, ao mesmo tempo, criar uma conexão com as mídias.

Não se trata, no entanto, de pensar em algum tipo de determinismo tecnológico, isto é, de imaginar que o simples fato das tecnologias de comunicação existirem e serem usadas é o suficiente para provocar alterações na sociedade. Essas mudanças, quando acontecem, decorrem da maneira como os indivíduos usam esses meios de comunicação nas suas práticas cotidianas para articular novas maneiras de realizar as atividades que já faziam. Um exemplo corriqueiro pode ilustrar a situação.

Se este texto estivesse sendo escrito em 1980, meu ambiente de trabalho seria composto de uma pilha de papel sulfite, uma borracha, lápis e uma

máquina de escrever. Antes de datilografar uma página, teria feito um rascunho manuscrito do texto. Um erro ou uma mudança de ideia no meio do último parágrafo da página significava reescrever tudo. Atualmente, ao escrever este texto, a única preocupação é se a energia elétrica por acaso acabar ou se subitamente o computador parar de funcionar. Houve certamente uma mudança na mídia usada, mas o que caracteriza a mediação propriamente dita é uma mudança na *cultura* do ato de escrever.

Mas isso acontece também, em certa medida, com práticas sociais mais amplas. No caso do futebol, por exemplo, “assistir a um jogo” significa, em boa parte dos casos, se colocar diante de uma tela eletrônica e olhar fixamente para ela durante 90 minutos. O enquadramento do jogo depende do que é mostrado – nosso olho é o olho do diretor do programa. Mas o processo não acaba aí: os significados do jogo se espalham em outras mídias, como ter o hino do time como toque de celular ou o símbolo como papel de parede no telefone ou no computador.

Nesse sentido, Livingstone identifica alguns elementos principais do processo de mediação.

A mediação implica uma contínua negociação de significados entre as mensagens da mídia e sua presença no “mundo real” dos indivíduos. A vida cotidiana e as mídias estão em uma relação constante, com influências e interferências mútuas – a criança que joga um *videogame* pode, minutos depois, representar as personagens do jogo em uma interação real com outras crianças.

Em segundo lugar, vale lembrar que essa interação é mais sutil e mais presente do que se imagina. A ação da mídia está mais ou menos visível no modo como os indivíduos falam, se vestem, conversam usando frases de filmes ou bordões de novela, se referem a fatos e personagens da ficção como exemplos em situações reais. A pessoa que, digamos, coloca a personagem de um filme ou de um desenho animado como a foto de seu perfil em uma rede social na internet está, de alguma maneira, utilizando-se de significados provenientes da mídia para representar algumas de suas próprias características – o significado, reconstruído, volta para o ambiente da mídia, aonde vai se articular com outros e dar origem a outros signos e significados.

A presença da mídia, nesse sentido, “transborda” os meios e se articula com as práticas sociais.

Essa reconstrução dos significados não é isenta de conflitos e negociações. Assim, o processo de mediação perpassa todas as atividades do cotidiano,

alterando o modo como são praticadas e aumentando as potencialidades de interação – mas também deixando no horizonte a perspectiva de lutas e conflitos pela definição de significados, agora circulando como estilhaços em várias frestas da vida cotidiana.

4

Bem-vindo a Mediapolis

Imagine uma realidade intermediada por telas digitais, responsáveis por formar a imagem do mundo. Essas imagens povoam a cultura e a imaginação das pessoas, construindo as concepções que terão de si mesmas e dos outros. A política se desenvolve com base nessas imagens que permeiam todos os momentos, do cotidiano mais banal à relação entre países. Se essa é a realidade na qual se vive, o conceito para defini-la foi proposto em 2007 pelo pesquisador britânico Roger Silverstone. A vida em Mediapolis.

O nome deriva de uma concepção conhecida. Na Grécia, por volta dos séculos V e IV a.C., a vida política da *polis*, a cidade, dependia em boa parte da comunicação pública entre indivíduos e grupos. Para um assunto ser debatido, era fundamental que ele ganhasse *visibilidade pública*, isto é, fosse trazido para discussão na *polis*. Nos debates, a fala era a principal mídia: quem tivesse a melhor retórica, fazendo uso de exemplos e imagens, ganhava. Nem todos os cidadãos participavam dessas discussões: a rigor, uma elite geralmente tomava as decisões, com pouca ou nenhuma intervenção dos outros.

Em uma tradução imediata, “mediapolis” poderia significar a “cidade da mídia”, uma metáfora para descrever a presença constante, contínua, ubíqua, dos meios de comunicação. No entanto, Silverstone parece ir em outro sentido: “mediapolis” seria a “*polis* da mídia”: no mundo contemporâneo, o espaço da política, das tomadas de decisões e definição de regras é construída nas mídias e a partir delas.

Se é possível misturar as traduções, a metáfora da “cidade da mídia” pode auxiliar a compreender a ideia de que as relações políticas e pessoais são vividas, em boa parte, nas telas digitais.