

Mídiação da Cultura

Trabalho A2 – Everton, Giovanni, Leonardo L., Luis Henrique

Em sua obra intitulada *Ideologia e Cultura Moderna*, John B. Thompson argumenta que a mídiação da cultura é uma característica exclusiva das sociedades modernas, que são consideradas desta forma em função do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. Porém, antes de aprofundarmos mais no assunto, torna-se necessário definirmos o conceito de mídiação da cultura. Para Thompson, a mídiação da cultura é “o processo geral através do qual a transmissão das formas simbólicas se tornou sempre mais mediada pelos aparatos técnicos e institucionais das indústrias da mídia”. Na sequência, Thompson afirma que o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa provocou alterações nos padrões de interação da sociedade. O conhecimento que temos dos fatos que acontecem além do nosso meio social imediato é quase todo adquirido da nossa recepção sobre o que vem da mídia. Ainda sobre os meios de comunicação, seu desenvolvimento os transformaram num aspecto fundamental na produção e transmissão de formas simbólicas. Isso porque são capazes de atingir um número muito grande de receptores. Dessa forma, a mídia tem capacidade para ser um canal de transmissão de ideologia nas sociedades modernas. Com isso, os fenômenos ideológicos podem acabar se tornando fenômenos de massa, pela característica de ter atingido um grande número de receptores. Cabe agora, então, retomarmos o conceito de ideologia uma vez estabelecido por Thompson e já discutido em sala de aula. Para esse autor, ideologia refere-se às “maneiras como o sentido, mobilizado pelas formas simbólicas, serve para estabelecer e sustentar relações de dominação: estabelecer, querendo significar que o sentido pode criar ativamente e instituir relações de dominação; sustentar, querendo significar que o sentido pode servir para manter e reproduzir relações de dominação através de um contínuo processo de produção e recepção de formas simbólicas”. Nessa concepção de ideologia, Thompson explora o termo “sentido”. Ao analisar as formas como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação, o interesse centra-se no sentido das formas simbólicas que estão inseridas em contextos sociais estruturados e circulando pelo mundo social. Sobre o caráter das formas simbólicas, o autor enumera cinco aspectos, que são eles: intencional, convencional, estrutural, referencial e contextual.

Vale ressaltar aqui uma importante característica de nossos tempos. Se a mídia pode ser meio de difusão de superficialidade e de promoção do consumismo, alienando a população dos problemas fundamentais da humanidade, pode ser também um canal para obter informações que possam favorecer a reflexão e crítica. Essa dualidade funciona da seguinte forma: a mídia tem o poder de criar padrões de consumo, de espalhar informações e notícias tendenciosas, mas ao mesmo tempo, constitui um meio de disseminação de informações importantes de caráter político, econômico, etc. É evidente que nos tornamos dependentes da mídia. Assim, convém refletir profundamente sobre a forma de utilizá-la.

Desenvolvimento

Para entendermos o desenvolvimento das indústrias da mídia, deve-se analisar a história. Suas origens datam do século XV, momento em que, na Europa, o feudalismo declina e surgem as bases para o desenvolvimento capitalista a partir do mercantilismo expansionista e os chamados “Estados-nações”. O desenvolvimento da mídia está entrelaçado com estas mudanças históricas que deram origem à sociedade moderna. Assim, Thompson elenca quatro linhas de transformações responsáveis por tais mudanças: econômica, política, desenvolvimento de monopólios e mudanças culturais. Primeiramente, as transformações na economia a partir do século XV estão relacionadas ao aumento da produção, o lucro e ao assalariamento dos trabalhadores. Segundo, as mudanças políticas ocorridas trataram de reduzir as

numerosas unidades políticas para o surgimento de Estados-nações, centralizando a administração e tributação sob um soberano. Além dessas mudanças, Thompson destaca o estabelecimento dos monopólios administrados pelos Estados-nações, particularmente o uso legítimo da força dentro dos respectivos territórios para proteção em tempos de guerra e repressão contra revoltas internas. Associado com estas mutações existem as transformações culturais. Neste campo, Thompson chama a atenção para o desenvolvimento da leitura e as lutas contra a censura como fatores essenciais para a consolidação da mídia nos dias de hoje. Cabe aqui insistir sobre um papel importante da mídia na atualidade. Trata-se da criação de padrões de comportamento que tornam em boa medida a população escravas do consumo.

Características

Thompson considera inapropriado o termo “comunicação de massas”, pois a expressão “massa” leva a entender que os receptores, muito numerosos, são completamente passivos. De fato, há uma pluralidade de receptores com distintas interpretações das mensagens transmitidas. Assim, o termo massa obscurece o fato de que as mensagens são recebidas de forma diferente por seus receptores. Considera também inapropriado o termo comunicação, pois diferente daquela do dia-dia na qual o receptor é também emissor, na “comunicação de massas” há somente uma transferência de mensagens em mão única. Assim, poderia ser mais apropriado o termo difusão de mensagens.

De toda forma, o autor considera a comunicação de massa como produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da transmissão e do armazenamento da produção. Thompson lhe atribui quatro características: 1. considera que *a comunicação de massas é responsável pela produção institucionalizada de bens simbólicos* que são produzidos em larga escala e mercantilizados; 2. além disso, a mediação da cultura institui uma ruptura fundamental entre produção e a recepção dos bens simbólicos. Os bens são produzidos para receptores que não estão presentes nos locais de difusão, sendo o processo marcado pela indeterminação. Por ser uma via de comunicação de mão única, os índices de audiência desempenham papel importante na valorização econômica dos bens simbólicos. 3. a comunicação de massas é responsável ainda *por aumentar a acessibilidade das formas simbólicas no tempo e no espaço*. Esta acessibilidade é dependente das condições em que as formas simbólicas são recebidas (por exemplo, com meios publicitários ou não); 4. uma última característica é que a comunicação de massas implica a circulação pública das formas simbólicas. Os produtos da mídia circulam dentro de um “domínio público”. Assim todo possuidor dos meios técnicos são potenciais consumidores.

Com o desenvolvimento de novas tecnologias como internet é possível pensar em transformações nestas características. Em particular, trata-se de considerar a maior participação na produção de mensagens de mídia.

Comunicação de massa e a interação social

A comunicação de massa transformou a natureza da interação social e os modos de experiência das sociedades modernas. O desenvolvimento dos meios técnicos provoca a reorganização e a reconstituição da interação social, possuindo um impacto fundamental nas maneiras como as pessoas agem e interagem umas com as outras, modificando ou subvertendo velhas formas de interação.

Para Mills (1977), os meios de comunicação moldam as atitudes frente a diversas situações. Mills acrescenta que os meios de comunicação conferem identidade ao homem, muitas vezes sem conexão com

seu dia-dia. O homem chega a ser frequentemente passivo frente ao turbilhão de informações oferecidas. As discussões em pequena escala do passado são substituídas por jornais e programas de rádio e televisão. Dessa forma as instituições midiáticas se tornam indispensáveis na vida das pessoas.

O meio técnico não necessariamente determina a organização social de uma maneira simples e monocausal. O desenvolvimento desses meios técnicos está sempre situado dentro de um contexto social e institucional mais amplo que limita as opções possíveis. Para Thompson, Harold Innis e Marshall McLuhan, teóricos da mídia, realçaram o fato de que a natureza da interação social pode ser afetada pela própria forma de transmissão de mídia, mesmo desconsiderando o conteúdo específico da mensagem que tal meio carrega. Em seu trabalho, Thompson mostra como os meios técnicos transformaram a natureza da interação social, principalmente usando a difusão televisiva desenvolvida no período do pós-guerra. Para o autor, cultura moderna é eletronicamente mediada, muito diferentemente do passado, quando a difusão de formas simbólicas era exclusivamente oral e escrita.

Referencias

THOMPSON, J. **Ideologia e cultura moderna**-5 ed. São Paulo, Editora Vozes, 2000.

Complementar

ROMANINI, M; ROSO, A. **Mídiação da Cultura Moderna e Hermenêutica de Profundidade: contribuições de John B. Thompson aos estudos críticos sobre mídia.**In VI Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. Disponível <<http://www.unicentro.br/redemc/2010/Artigos/Midia%C3A7%C3%A3o%20da%20Cultura%20Moderna%20e%20Hermen%C3%Aautic%20de%20Profundidade.pdf>> Acesso em 20 de agosto de 2015

MILLS, C. W. **A sociedade de massas.** In FORACCHI, M. L. e MARTINS, J. S. Sociologia e Sociedade Rio de Janeiro, LTC, 1977.