



O Jogo, suas regras, os times e o campo - pensando linguagem, poder e mediação¹

Juliana Petermann²

Universidade Federal do Pampa – Unipampa

Resumo

Os conceitos de linguagem, poder e mediação nos são colocados não como certezas e realidades herméticas mas como possibilidade que se apresenta como fomentadora de uma discussão necessária, que se constitui no campo da comunicação e que acaba também por constituir-lo. A partir de uma revisão conceitual, a proposta é discutir questões que relacionam linguagem – poder – mediação, como uma estrutura triangular (que apresenta três pólos hierarquicamente iguais já que não podemos pensar em um conceito sem articulá-lo com os outros dois), a partir da metáfora do jogo de futebol, especificamente o jogo infantil em que apenas uma criança é a dona tanto da bola quanto do campinho.

Palavras-chave

Linguagem; poder; mediação

O treinamento – pensamentos iniciais

Pensar as relações de comunicação é pensar questões de linguagem e as relações de poder que se estabelecem por meio dela. Para tanto, é preciso fazer um recorte conceitual olhando para aspectos da mediação e da mediação, como espaços de trocas, nos quais se materializam essas relações, carregadas de significações e de estratégias de captura do outro.

As questões que se colocam no debate entre esses conceitos devem ser olhadas a partir um de olhar interno ao processo. Estamos inseridos no processo de mediação e, por isso, várias questões se apresentam como incipientes e complexas, no entanto, é importante que essas sejam postas para que se problematize a partir delas. Pensamentos que se estabelecem principalmente a partir das relações entre os meios e a sociedade mediada.

¹ Trabalho apresentado no NP de Semiótica do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, mestre em Linguística Aplicada pelo PPGL da mesma universidade, doutoranda do POSCOM da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade de Pampa – Unipampa. E-mail: jupetermann@yahoo.com.br



Os conceitos nos são colocados não como certezas e realidades herméticas mas como possibilidade que se apresenta como fomentadora de uma discussão necessária, que se constitui no campo da comunicação e que acaba também por constituí-lo. Após esse retorno aos textos que nos são fundamentais para tratar das questões que relacionam linguagem – poder – midiatização, propomos discutir tal estrutura triangular (que apresenta três pólos hierarquicamente iguais já que não podemos pensar em um conceito sem articulá-lo com os outros dois) a partir da metáfora do jogo de futebol, especificamente o jogo infantil em que apenas uma criança é a dona tanto da bola quanto do campinho.

Nesse contexto, é importante um retorno, que deve ser feito e que pode ser eixo estruturante deste texto, às considerações de Martín-Barbero (1997) e a inicial proposta de pensar dos meios às mediações e depois à reformulação que indica um movimento reverso de repensar a questão dos meios como o balcão de troca simbólica na e da sociedade. A proposta não é de restringir a visada aos meios, mas de pensá-los como os espaços que materializam um processo de interação.

Martín-Barbero propõe fazer o caminho inverso e pensar das mediações aos meios, mas, para ele, ainda é necessário manter a estratégica tensão, epistemológica e política, entre as mediações históricas que dotam os meios de sentido e alcance social e o papel dos mediadores. É necessário esse mínimo de distanciamento para um pensamento crítico.

Nesse sentido, é importante avançar nessa linha de pensamento, entendendo que a complexidade do processo de midiatização está para além das questões restritas aos dispositivos e que nos conduz a pensar não mais sob a perspectiva desses. Significa pensar na mídia enquanto campo, que além de lugar de troca simbólica, característica que fica colocada para os meios, envolve-nos em todas as esferas das práticas sociais. Nesse ponto, reside essa complexidade, já que há algum tempo não conseguimos pensar-nos fora do processo de midiatização. Assim, percebemos que todos os campos sociais são atravessados pelo campo dos mídia e que há muito já não se consegue identificar uma esfera da vida social que não seja, pelo menos em aspectos específicos, redesenhada e representada e, que por outro lado, também redesenhe e represente questões na mídia.

Assim, é do olho do furacão que falamos, ou ainda, utilizando da metáfora proposta inicialmente: estamos no meio do campinho e o apito inicial já soou há algum tempo. As disputas estão postas. Problema mesmo é saber a que time pertencemos, ou



melhor, se é que há uma opção a ser feita nesse caso: o time do dono da bola e do caminho, ou ao time daqueles que esperam por uma oportunidade para jogar. A opção de pertença fica prejudicada em função de uma possível inversão de papéis – no processo de midiatização, ora somos produtores, ora receptores, ou melhor, nessa circularidade, ora somos donos da bola e do campinho, ora o time desprovido. Além de que os próprios papéis no jogo se tornam confusos, é preciso ainda acrescentar: além de papéis não estanques, temos algumas regras não pré-definidas, mas que vêm se estabelecendo ao jogar. Tais regras, mesmo que indefinidas, são colocadas tanto para um time quanto para outro e, mesmo o possuidor dos aparatos para o jogo, submete-se a elas.

Posto desse jeito, apresenta-se um caráter ideológico que, mesmo que perpassa a discussão, não é o foco. Isso porque em meio a tantas indefinições, é preciso também questionar essas relações de poder, que se estabelecem e, que em um primeiro momento parecem claras, que colocam de um lado, aqueles que dominam e aqueles que estão (ou que se deixam dominar). Nesse sentido, torna-se apropriada a afirmação de Godelier (1981: 192) “força mais forte não é a violência dos dominadores mas o consentimento dos dominados em sua dominação”. O processo de midiatização traz consigo discussões sobre a relação entre linguagem e poder, entre aqueles que assumem um lugar de fala e aqueles que se retiram ou são retirados desse lugar. E ainda, o quanto essas posições são estanques e efetivas nesse contexto.

É preciso considerar que vários aspectos são determinantes dessa relação e que, principalmente, imperam as lógicas do mercado. Assim, a escolha por um ou por outro time, o da produção ou o da recepção – pensando nesse momento em termos cartesianos, necessários apenas na tentativa da construção de uma lógica, que já consideramos inexistente, pela circularidade de papéis que se observa – é uma opção que se apresenta como secundária no âmbito dessa discussão. Isso porque, se há realmente um lado que se joga, é preciso pensar que até mesmo o dono da bola se submete as regras do jogo. Dessa maneira, a partir de uma construção cartesiana, destacamos a posição de um receptor crítico, que mesmo que não possua os instrumentos do jogo não pode ser entendido como um adversário fraco. Até mesmo, porque o jogo só existe no momento em que os dois times se dispõem a iniciar a partida. Apesar disso, identificamos na e pela linguagem construções de poder, que conferem poder a um lado ou a outro.



Por isso, é preciso por de lado as questões ideológicas que podem ofuscar a vista e impedir-nos de analisar com clareza de propósitos as relações entre mídia e sociedade. Já que não podemos falar de fora do processo é preciso que, de dentro dele, tenhamos noção da sua complexidade e dos fatores que o determinam.

Minutos antes do jogo começar – alguns conceitos necessários

Percebemos através dos textos a relação entre os termos mediação e midiatização. Para Gomes (2007: 6) “entramos num ponto de inflexão social e um novo modo que o ser humano possui para posicionar-se no mundo. Se assumirmos a midiatização como um novo modo de ser no mundo, então superamos, segundo meu ponto de vista, a mediação como categoria.” Para ele, mesmo que alguns autores ainda dizem que a midiatização seria uma mediação tecnológica, estamos diante de algo novo e complexo, que significa um salto qualitativo no desenvolvimento da mídia.

Ainda sobre a diferença entre os termos Sodré (2006: 20) diz que: “toda e qualquer cultura implica mediações simbólicas que são linguagens, leis, artes, etc. Está presente nas palavras mediação o significado da ação de fazer ponte ou fazer comunicarem-se duas partes (o que implica diferentes tipos de interação). (...) A linguagem é por isto considerada mediação universal. Já a midiatização é uma ordem de mediações socialmente realizadas – em um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar de tecnomediações”. Depois disso, Sodré considera que aquilo que ele chama de prótese midiática, ou o *medium*, não funciona apenas como um simples espelho, mas que tem um potencial de transformação da realidade.

Dessa maneira, identificamos um entendimento conjunto desses autores sobre a midiatização como a complexificação do processo de mediação que está para além da materialidade das tecnologias.

Mesmo que mais complexo, a midiatização não deixa de ser um processo de mediação e, portanto, trata-se de uma reconstrução (ou uma reelaboração) dos fatos da vida, que são configurados em discurso midiático e reapresentados aos receptores. Nesse sentido, a linguagem aparece como peça fundamental do processo.

Para Verón (1997), a midiatização envolveria três questões: os dispositivos (técnicas e discursos), os processos de valorização e os processos de comunicação, que envolve, conseqüentemente, instituições, meios e atores individuais. Os processos de valorização que implicam em uma mercantilização e em uma industrialização



apresentam-se em tensão com os processos de comunicação, já que é nesse lugar que se apresentam as relações de poder estabelecidas na linguagem: quem tem o lugar de fala? Como são estabelecidas as regras que determinam esse lugar? Como se dão as escolhas entre o dito e o não dito? Entre o dizível e o não-dizível? Questões essas que fazem referência à visibilidade nos processos midiáticos.

Assim, é que chegamos a entender a imbricação dos conceitos, mediação, linguagem e poder, sabendo em que lugar do processo localizam-se as tensões e o modo como essas se estabelecem e são manifestas na linguagem, instituindo relações de poder colocadas como uma questão binária de presenças e ausências.

Dessa forma é a partir dos dispositivos midiáticos como forma de interação entre os pólos produtor e receptor que visualizamos as formas em que, através da linguagem, se instituem as relações de poder. Isso porque o dispositivo midiático incorpora elementos de construção social de sentido e os processos de comunicação. Para Verón (1997), um meio de comunicação social é um dispositivo de produção-reprodução de mensagens associado a determinadas condições de produção e a determinadas modalidades ou práticas de recepção dessas mensagens. No entanto, o próprio autor considera que não devemos cair em um determinismo tecnológico a respeito dos usos sociais já que uma determinada tecnologia de comunicação não determina linear e mecanicamente, práticas sociais específicas de produção e de consumo. Assim, entendemos o dispositivo midiático não como determinante das relações de poder e das práticas sociais, mas sim que estas se materializam e redesenham-se por meio deste pela operacionalização da linguagem.

Para pensar as questões de poder recorremos a Bourdieu (1987: 167) quando discute o espaço social e o poder simbólico: “(...) o poder simbólico é um poder de consagração ou de revelação, um poder de consagrar ou revelar coisas que já existem”. Para ele o poder simbólico é o poder de fazer grupos está baseado em duas condições: primeiro, por ser um discurso performativo, deve estar fundado na posse de capital simbólico, que vem a ser um crédito, um poder atribuído àqueles que obtiveram reconhecimento suficiente para ter condições de impor esse reconhecimento; em segundo, a eficácia simbólica depende do grau em que a visão proposta está alicerçada na realidade: o poder simbólico é um poder de fazer coisas com palavras.

Assim, o discurso midiático está construído sobre um poder simbólico que determina de quem serão as falas e que falas serão essas, já que apresenta o reconhecimento necessário para tanto, e sua eficácia simbólica é determinada pelos



modos como retira seus discursos da cotidianidade e os reconstitui como uma fala institucionalizada. É por meio da organização da linguagem, colocada como competências discursivas de produção e de recepção que se manifestam as relações de poder dadas na interação que se estabelece nos meios de comunicação.

Assim, Fidalgo (2006:4) considera importante o estudo das novas linguagens ditadas pelos novos mídias: “Só mediante a exploração dos novos tipos de discurso é que se entenderão as novas formas de dominação que caracterizam o capitalismo actual”. E segue: “Os meios e as formas de comunicação constituem tipos de discurso determinantes das relações de poder e de dominação nas sociedades contemporâneas”.

O juiz apitou – que se inicie o jogo (e temos um juiz nesse jogo?)

Quando se fala em questões relacionadas ao poder, sabemos que é inevitável traçar pólos opostos: em um aquele que possui o poder e no outro de aquele que se submete a ele. Aqui identificamos o jogo que é dado nos dispositivos midiáticos, um jogo em que as algumas regras são definidas em função do próprio dispositivo, como espaço de interação, mas que, muitas vezes, se apresentam como ludicidades ou didatismos. Nesses casos, o receptor é convidado a jogar e o espaço que lhe é concedido é um espaço demarcado e no qual, por vezes nos parece, o juiz apita, favorecendo o time da produção.

Nos regimes discursivos midiáticos, o estabelecimento da crença se dá como meta, e que se faz essencialmente pela experimentação. A credibilidade é atingida, muitas vezes por estratégias de autoreferencialidade, quando a mídia fala de si mesma e discute sobre si mesma, colaborando com as sensações de participação por parte da recepção. Com relação à autoreferencialidade, enquanto característica da midiatização, o jogo está posto e identificamos os dois times, mas o que parece é o time da recepção é, muitas vezes, posto a jogar em favor do time contrário.

Nesse momento, cabe questionar-nos se realmente seria possível que as regras fossem em favor do time adversário, já que são apresentadas no dispositivo mas que são definidas pelas lógicas de mercado.

São propícias as afirmações de Bourdieu sobre a constituição do poder simbólico e o modo como o reconhecimento define quem será o portador desse poder. Assim, é a atribuída à mídia a possibilidade de jogar, de ditar as regras, de colocar a seu favor o time adversário (e questiono se essa seria a escolha semântica ideal, nesse caso). Ou



seja, o dispositivo é o dono da bola e do campinho. E, preocupados em não cair em determinismos, enfatizamos que mesmo que as relações de poder se manifestem nesse espaço, existem outras práticas sociais que as determinam.

Martín-Barbero afirma, ao reformular seu pensamento no prefácio da edição espanhola, que o novo mapa proposto por ele serve para reconhecer que os meios de comunicação constituem hoje espaços-chaves de condensação e de intersecção de múltiplas redes de poder e de produção cultural, mas também alertar contra o pensamento único que legitima a idéia de que a tecnologia é hoje o “grande mediador” entre as pessoas e o mundo, quando o que a tecnologia medeia hoje é a transformação da sociedade em mercado, e deste em principal agenciador da mundialização (em seus muitos e contrapostos sentidos).

As questões que se colocam a partir da relação linguagem – poder – midiaticização conduzem o nosso olhar pelas questões dos jogadores-sujeitos que estão em interação pelo processo midiático. Ao discutir Poster e Foucault, sobre as relações entre linguagem e poder, Fidalgo (2006: 2) aponta: “O discurso não pode ser analisado como simples forma da consciência ou expressão do sujeito, mas como uma forma de positividade. Retira-se assim o discurso do reino da pura subjetividade para submetê-lo a um conjunto de categorias objetivas. É antes a positividade do discurso que faz a síntese das variações subjetivas da consciência e do indivíduo”. Assim, deixamos uma visão de um sujeito que possui o controle dos processos discursivos para percebê-lo inscrito no processo a partir dos dispositivos atravessado pelos discursos.

A problemática do poder pensada a partir dos textos de Iani e Verón remete-nos a uma perspectiva restrita ao campo da política. Já Foucault não reduz ao campo da política: o poder está em todo lugar. Como entramos em uma nova configuração do que é dizível e do que é visível em função das tecnologias de comunicação, nesses lugares aparecem as falas impugnadas em lugares legitimados: “As heterotopias (...) uma espécie de descrição sistemática cujo objeto fora, em uma sociedade dada, o estudo, a análise, a descrição, a leitura, (...) de espaços diferentes, esses outros lugares, uma espécie de impugnação a vez mítica e real do espaço em que vivemos” (Foucault, 1999: 435).

No contexto da nossa metáfora, entendemos a heterotopia como um novo espaço para jogar, com novas regras definidas e onde se estabelecem então novas relações de poder. A partir de novos dispositivos surgem novas formas de visibilidade, que vêm se constituindo aceleradamente.



Além disso, esse novo espaço para jogar diz respeito também a pensar a comunicação e a cultura a partir de um lugar não-hegemônico, um lugar que se pode pensar a partir da fala do outro, como propõe Martín-Barbero (1997): a investigação sobre os processos de constituição do massivo a partir das culturas subalternas. Para ele, a comunicação se converteu em um espaço estratégico a partir do qual se podem pensar os bloqueios e as contradições que dinamizam essas sociedades encruzilhadas, entre o subdesenvolvimento acelerado e uma modernização compulsiva.

Esse autor (2001) aponta uma trama de cumplicidade entre discursos hegemônicos e subalternos, constituídos como gramáticas discursivas, originadas de formatos de sedimentação de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas. Essas gramáticas discursivas orientam a produção e recepção: envolvem da parte dos produtores sofisticadas estratégias de antecipação e da parte dos espectadores, a ativação de novas e velhas competências de leitura.

Além disso, Martín-Barbero aponta uma relação entre as matrizes culturais com as competências de recepção e as lógicas de produção. Para ele, essa relação é mediada pelos movimentos de socialidade ou sociabilidade, resultando dos modos coletivos de comunicação – interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações com o poder, e pelas mudanças na institucionalidade, mediação densa de interesses e poderes contrapostos, que tem afetado e continua afetando a regulação dos discursos. Esses discursos, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e da parte dos cidadãos – maiorias e minorias -, buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer perante o social.

Lances finais – considerações finais

Assim, o jogo é uma disputa por visibilidade. E entender como se joga, mesmo que as regras sejam definidas em campo, é o mais importante. As lógicas de produção e as gramáticas de recepção são compartilhadas socialmente e por isso permitem uma circularidade de papéis. No entanto, assumir um lugar de fala e “fazer-se reconhecer perante o social” não é tarefa simples. É necessária a construção de novos espaços, de outras formas de visibilidade.

O que podemos observar nessa disputa, nesse jogo que se estabelece ao nosso redor, é uma reconfiguração das formas de visibilidade e do poder simbólico a



partir dos dispositivos. No momento em que temos novas tecnologias, de caráter individualizante, aparentemente, ampliamos as possibilidades de visibilidades às formas não-hegemônicas. O fato é que, muitas vezes, pode ser apenas uma impressão de possibilidade, já que, mesmo dominando as gramáticas de recepção e as lógicas da produção, o lugar destinado às falas minoritárias é reduzido e aparece muito mais como benevolência daqueles que cedem seu lugar de fala do que uma legitimação da fala do outro.

O jogo já iniciou e as questões que se apresentam são muitas e nos apontam para a complexidade do processo. Entender o processo de midiaticização seria pretensão nesse momento. Para Silverstone essa problemática reside em perceber que os significados circulam em textos primários e secundários em intertextualidades e pelos modos que nós produtores e consumidores agimos e interagimos, procurando compreender o mundo da mídia. Porém, para este autor, ao mesmo tempo, usamos os significados da mídia para evitar o mundo e as responsabilidades que ele exige, fugindo do reconhecimento da diferença. Essa inclusividade é problemática por que não conseguimos explicar o poder da mídia e, além disso, os analistas estudam os processos assim como os lingüistas tentam analisar a língua, submersos nela. Assim, tenta-se analisar de dentro, mas também de fora. É essa objetividade de pensamento, proposta por Silverstone que se pretende, mas que em nenhum momento apresenta-se com tranquilidade.

Referências Bibliográficas

GOMES, Pedro G. *O processo de midiaticização da sociedade*. Paper PPG-Com. São Leopoldo, 2007. 7pp

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la comunicación*. N.48. Lima: Felafacs, 1997. p. 9-17.

BOURDIEU, PIERRE. Espaço social e poder simbólico. In: *Coisas ditas*. São Paulo: Braziliense, 1990. p. 149-168.

BOURDIEU, Pierre. A influência do jornalismo. In: *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 101-117



MARTÍN-BARBERO, Jesus. Os métodos: dos meios às mediações. In: *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. p. 258-354.

_____. Pistas para entrever meios e mediações (*Introdução à 2ª ed brasileira*). In: *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

SILVERSTONE, Roger. Mediação. In: *Por que estudar a mídia?*. São Paulo: Loyola, 2002. p. 33-44.

SCOTT, Lasch. Formas tecnológicas de vida (cap.2) e Teoría mediática (cap.6). In: _____. *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu, 2005. p. 39-58, p. 119-138.

BRAGA, José Luiz. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. GT Comunicação e Sociabilidade, *15 Encontro Anual da Compós*, Bauru: junho de 2006. Cd-rom.

SODRÉ, MUNIZ. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, D. *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 19-31.

FIDALGO, Antonio. *O modo de informação de Mark Poster*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-poster-modo-informacao.pdf>> Data de acesso: jul/2006.

FOUCAULT, Michel. Espacios diferentes. In: *Estética, ética e hermenêutica*. Barcelona: Paidós, 1994. p. 431-441

IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. In: *Enigmas da modernidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 141-166.

VERÓN, Eliseo. Cap. 11 - Mediatização de lo político. In: (GAUTHIER et all.) *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa, 1998. p. 220-236