



A consagração do casamento real pelos meios de comunicação¹

Edimárcia Ramos de ARAÚJO²
Janara SOUSA³ (orientadora)
Universidade de Brasília, Brasília, DF

Resumo

O que faz de um acontecimento um fenômeno mediático? Quais as qualidades necessárias para que, além do conteúdo, esse evento alce essa condição? Partindo de questões como essas é que este artigo utiliza o casamento entre o príncipe William e a plebleia Kate Middleton para discutir o papel desempenhado pelos meios de comunicação, principalmente da TV e da internet, na consagração do casamento real como fenômeno mediático. Para isso, este trabalho valer-se-á do trabalho desenvolvido pela Teoria do Meio e dos estudos sobre convergência midiática. Como resultados são identificados vários elementos que caracterizam o casamento real como um fenômeno.

Palavras-chave: meios de comunicação; Teoria do Meio; televisão; internet.

Introdução

Igreja, noiva, vestido, padrinhos e madrinhas são palavras que nos remetem a um acontecimento bastante aguardado por alguns casais que decidem oficializar e celebrar a união. Uma prática tão remota quanto a Antiguidade (4000 a.C – 476), o casamento, segundo Foucault (1985), era tido como uma transação entre o pai da noiva e o futuro marido, onde era transferida ao marido a tutela exercida até então pelo pai. Essa negociação privada não tinha nenhuma ligação com a organização política e social.

Progressivamente, o casamento tomou lugar na esfera pública e passou a ser celebrado por meio de um padre ou funcionário habilitado. As práticas matrimoniais evoluíram simultaneamente ao processo civilizatório e, com isso, tornaram-se mais complexas. Cada vez mais a instituição matrimonial é tomada por um conjunto de medidas legislativas que marca o domínio da autoridade pública sobre ela. Não só as práticas matrimoniais evoluíram como, também, os interesses e razões que circundam tais práticas. Michel Foucault esclarece que,

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação da FAC-UnB, email: edimarcia.araujo@gmail.com.

³ Janara é jornalista e mestre em Comunicação, pela Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília (UnB), Distrito Federal. Fez doutorado em Sociologia, também pela UnB, e estágio sanduíche na Universitat de Barcelona, Espanha. Atualmente, é professora do curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação, da UnB. E-mail: janara.sousa@gmail.com.



Em sua forma antiga, o casamento só tinha interesse e razão de ser na medida em que, mesmo sendo um ato privado, ele continha efeitos de direito ou pelo menos de *status*: transmissão do nome, constituição de herdeiros, organização de um sistema de alianças, junção de fortunas. O que só tinha sentido para aqueles que podiam desenvolver estratégias em tais domínios (FOUCAULT, 1985, p.81).

Foucault (1985, p.81) também pontua que, na contemporaneidade, “menos sobrecarregado de estratégias diversas, o casamento torna-se mais ‘livre’: livre na escolha da esposa, livre também na decisão de casar-se e nas razões pessoais de fazê-lo.”

Se pensarmos no casamento entre o príncipe William e a plebleia Kate Middleton, realizado no dia 29 de abril de 2011, na cidade de Londres, podemos enquadrá-lo como um casamento à moda antiga, ou seja, que gira em torno dos mesmos interesses conferidos na antiguidade: “um casamento amplamente dinástico, político e econômico” (FOUCAULT, 1985, p.81)? Ou como um casamento moderno, em que a livre união consentida entre os casais e os contratos matrimoniais desenvolvidos “fazem o marido e a mulher entrarem num sistema de deveres ou de obrigações que, certamente, não são iguais, mas são compartilhados” (FOUCAULT, 1985, P.83)? Para responder a essas perguntas precisaríamos nos detalhar no estudo do assunto, o qual ultrapassaria os objetivos propostos para este artigo. Talvez este estudo fosse mais apropriado ao campo da história, uma vez que a problematização e as possíveis hipóteses à elas se fundamentariam melhor neste campo. O que não as desclassifica como perguntas curiosas e provocadoras.

Na verdade, o que mais nos intriga acerca do casamento real é a quantidade expressiva de espectadores que acompanharam este evento. Segundo o site de notícias R7⁴, foram 2 bilhões de espectadores no mundo e 1 milhão nas ruas de Londres. Só para se ter uma ideia, a abertura da Copa do Mundo de 2010, realizada na África do Sul, foi vista por 3,2 bilhões de telespectadores no mundo. Segundo o jornal O Mossoroense⁵, este número representa pouco mais de 46% da população mundial. Comparando-se o número de espectadores desses dois eventos, somos tomados a pensar sobre o que leva

⁴ “Casamento real redesenha monarquia com tradição e elementos modernos”. Notícia publicada em 29/04/2011, no portal de notícias R7.

⁵ “Copa 2010 foi vista por quase metade da população mundial”. Notícia publicada em 12/07/2011, pela redação do jornal on-line O Mossoroense.



um casamento como este ter repercussão semelhante à transmissão da abertura da Copa do Mundo de 2010.

Diante dessas reflexões, colocamo-nos a seguinte questão: qual foi o papel dos meios de comunicação na consagração do casamento real como fenômeno mediático? Na tentativa de responder à essa pergunta, colocaremos em discussão alguns assuntos que permeiam os estudos sobre meios de comunicação.

Este artigo, por sua vez, ao colocar essa questão, contribui como uma forma de entender melhor as relações sociais que se estabelecem com e dentro dos meios de comunicação. Dando, assim, a devida importância à Teoria do Meio. Essa teoria propõe-se a investigar os efeitos que os meios de comunicação – e não o conteúdo das mensagens – trazem à sociedade.

Portanto, o objetivo deste artigo não é destacar o conteúdo retratado pelos meios de comunicação sobre o casamento real, porque essa ação já foi ampla e talvez suficientemente realizada pelos próprios jornalistas. A proposta é apontar os elementos que evidenciam o papel dos meios, principalmente da TV e da Internet, na consagração do casamento real como fenômeno mediático.

Para chegarmos ao objetivo proposto, utilizaremos os estudos desenvolvidos pela Teoria do Meio e de seus principais teóricos. Trata-se de uma abordagem geral sobre essa teoria. Como este artigo centra-se no papel desenvolvido pelos meios, daremos destaque às características dos meios de comunicação, em geral, e da TV e Internet, em particular, já que para a Teoria do Meio é fundamental compreender cada veículo de comunicação. Finalmente, ao discutir e explanar os principais pontos deste fenômeno e chegar aos elementos que o caracterizam, trataremos também da questão de como esse evento se estabeleceu como um fenômeno mediático.

Teoria do Meio

A Teoria do Meio, nascida aproximadamente em 1950, no Canadá, propõe-se a trabalhar com os efeitos sociais, políticos, econômicos e psicológicos que os meios de comunicação trazem à sociedade. Porém, ela não exclui por completo a relevância do conteúdo das mensagens, mas apenas tem como foco central o canal. Os autores relacionados a essa teoria, cujo um dos principais expoentes é o celebrado pesquisador Marshall McLuhan, são unânimes em considerar as consequências dos meios de comunicação muito mais relevantes do que o conteúdo das mensagens. Essa teoria abre



caminhos para que os teóricos do meio dediquem-se a estudar os efeitos dos meios de comunicação no comportamento social.

A Teoria do Meio traz a ideia de que as técnicas mudam a vida do homem e, portanto, interferem na forma como ele age no mundo. Por isso, como diz Sousa (2003, p.53) “os meios não são meros ‘transportadores’ de informação. Eles, ao mesmo tempo em que as divulgam, atuam diretamente sobre o conhecimento”.

De acordo com McLuhan (1964), os efeitos da tecnologia vão além dos níveis de opinião e atitudes para modificar as relações entre os sentidos e as estruturas de percepção. Para os teóricos do meio esse é o motivo pelo qual o estudo do canal é tão importante e, nesse caso, até mais que o estudo das mensagens. O meio media as relações entre os homens e entre o homem e o meio-ambiente sem ser percebido, mas transformando toda a predisposição original de se comunicar e perceber o mundo (Sousa, 2003, p.6).

Os principais teóricos, da primeira geração, relacionados a essa teoria são: Harold Innis, Marshall McLuhan, Walter Ong, Jack Goody, John C. Carothers, Eric Havelock, Edmund Carpenter, Daniel Boorstin e Elizabeth Eisenstein. Esses autores preocuparam-se em trabalhar com o estudo dos efeitos dos meios de comunicação no nível macrossocial⁶. Apesar de esses autores trabalharem com a influência dos meios nas instituições, pouco foi dito a respeito da influência desses meios no cotidiano dos indivíduos. Segundo Sousa (2004, p.4), “Isso provavelmente foi um dos obstáculos que os autores enfrentaram porque suas asserções não podiam ser facilmente percebidas pelos cidadãos comuns”.

A segunda geração da Teoria do Meio tem como principal teórico Joshua Meyrowitz. Além de trazer elementos característicos da primeira geração, a segunda destaca-se por estudar os efeitos microssociais⁷ dos meios de comunicação. De acordo com Sousa (2003, p.09), “a proposta de Meyrowitz é sanar alguns dos problemas da primeira geração pesquisando sobre como os nossos papéis sociais se modificam e misturam por causa dos meios de comunicação eletrônicos, em especial, a televisão”. Esse autor busca aproximar a Teoria do Meio ao cotidiano do homem comum. Para isso,

⁶ Expressão utilizada na Teoria do Meio para designar as mudanças ocorridas nas instituições sociais (como, por exemplo, Estado e Escola) com a chegada de um novo meio de comunicação.

⁷ Expressão utilizada na Teoria do Meio para designar a definição dos papéis sociais, ou seja, as mudanças ocorridas no comportamento do indivíduo com a inserção de um novo meio de comunicação.



ele une essa teoria aos estudos desenvolvidos por Erving Goffman sobre o Interacionismo Simbólico⁸.

Apesar das críticas por parte de alguns autores, a Teoria do Meio é clara e pertinente no que se refere ao objeto de estudo da comunicação. Ela traz uma nova abordagem sobre os efeitos desses meios. Sousa (2003, p.13), considera que “apesar dos problemas e das claras lacunas epistemológicas e metodológicas da Teoria do Meio é necessário continuar e desenvolver sua contribuição teórica, especialmente no Brasil, que tem estado à margem da pesquisa sobre os efeitos da comunicação”.

McLuhan, um dos principais representantes da primeira geração da Teoria do Meio, abriu caminho para as discussões sobre a questão da tecnologia em nossa época. Ele foi professor de literatura em diversas universidades norte americanas e também um teórico voltado para a comunicação de massa. Publicou várias obras relacionadas ao estudo dos meios eletrônicos e suas relações com a sociedade. Ele foi considerado por muitos o “filósofo da era eletrônica”. Uma das obras do autor “Os meios de comunicação como extensão do homem”, mostra um panorama de como as tecnologias levaram o homem do mundo tipográfico, da Primeira Revolução Industrial, para o mundo da Segunda Revolução Industrial, a Era Eletrônica.

Outro estudo desenvolvido por ele e consagrado como um de seus mais importantes aforismos foi “o meio é a mensagem”, no qual trabalha a questão dos efeitos que os meios de comunicação nas sociedades contemporâneas. O ponto principal trabalhado neste aforismo não está relacionado ao conteúdo transmitido pelo meio de comunicação, mas, sim, no próprio meio e na matriz cultural em que ele atua.

Marshall McLuhan e outros autores darão sustentação teórica ao trabalho aqui desenvolvido. Vejamos agora as principais características dos meios de comunicação percebidas pelos teóricos do meio e por outros autores do campo da Comunicação.

Os meios de comunicação

É importante esclarecer que a definição de meio de comunicação vai muito além do plano técnico. Segundo Luiz C. Martino (2000, p.109), “pela própria natureza da atividade que lhes compete, a definição de um meio de comunicação reclama que nós o

⁸ O conceito de Interacionismo Simbólico foi criado por George Mead, da Escola de Chicago, em 1937. O Canadense Erving Goffman (1922-1983) também integrante da Escola de Chicago, sofreu grande influência da Escola de Palo Alto e aliou a pesquisa do Interacionismo Simbólico a várias abordagens como, por exemplo, a dramaturgia.



situemos em relação ao papel que ele desempenha na organização social”. Nesse sentido, os meios de comunicação devem levar em consideração a sua composição com outros aspectos da vida social em que ele atua (aspectos sociais, econômicos, culturais, entre outros) para que seus efeitos ganhem sentido. Ou seja, se os meios forem estudados isoladamente, como simples máquinas, seus efeitos não terão sentido algum para o campo da comunicação, por isso a importância de relacioná-los com os aspectos sociais de uma determinada sociedade.

Também não podemos falar sobre os meios sem antes mencionar o contexto no qual ele está inserido. Este contexto refere-se à análise dos novos sentidos dos processos comunicacionais na nova organização coletiva (sociedade) e em sua utilização dentro dessa nova prática social. Martino esclarece que

Os meios de comunicação aparecem então como uma dimensão virtual, um espaço público, transcomunitário, que permite a geração de valores e representações comuns a todas as comunidades. Esta dimensão virtual aberta na vida das comunidades permite não somente a geração de uma cultura para todos (cultura de massa), mas também a geração de um tempo de atualidade, que se manifesta como um cotidiano compartilhado pelo conjunto das comunidades (MARTINO, 2000, p.113)

A televisão, por exemplo, tem grande participação na história da comunicação. Desde sua invenção, no início do século XX, ela se tornou uma das mais importantes fontes de informação, opinião e entretenimento. Em frente à TV, pode-se assistir confortavelmente a noticiários, peças de teatro, concertos de rock ou partidas de futebol. Da mesma forma, é possível acompanhar guerras, desastres e outros eventos de importância mundial sem sair de casa. Os programas de televisão consistem em sinais eletrônicos convertidos em som e imagem pelo aparelho de TV. Por meio dela, a população brasileira teve a possibilidade de conhecer, mais a fundo, hábitos sociais, políticos, econômicos e culturais de outros países, que antes eram retratados, possivelmente com menos riqueza de detalhes, pelo rádio ou pela mídia impressa.

Meyrowitz (1985) afirma que a possibilidade que a televisão promove de transmitir informações em qualquer lugar e para diversas pessoas ao mesmo tempo exige uma reformulação do que nós entendemos por lugar. “Obviamente, isso implica numa transformação do nosso sentido de lugar e numa ruptura entre espaço social e espaço físico” (SOUSA, 2003, p.101).

O indivíduo tem no meio de comunicação um auxílio imprescindível, um poderoso instrumento de sondagem de uma realidade que inevitavelmente



escapa a seu aparato sensorial sujeito às limitações tempo/espaciais da experiência imediata: são os medias que alargam os horizontes da percepção corporal, sempre presa à territorialidade das relações comunitárias (MARTINO, 2001, p.34)

Ou seja, nós, como indivíduos que desempenhamos diferentes papéis sociais e que vivemos numa realidade que extrapola nossa capacidade sensorial tangível, precisamos das informações para agir. “A informação em questão é aquela relativa a um mundo globalizado (unificado, universalizado) e às demandas do indivíduo moderno” (MARTINO, 2009, p.04). E essas informações nos são dadas pelos meios de comunicação. Martino ainda esclarece que,

(...) a integração do indivíduo à sociedade requer atividade, iniciativa, nos mais diversos âmbitos de sua existência social. Todos papéis sociais são relações que o indivíduo estabelece com outros, a informação do ambiente social nada mais é que a contrapartida necessária desta ação, que caracteriza o indivíduo moderno. Enquanto informação, a atualidade mediática corresponde aos dados e representações necessários à redução da complexidade, de modo a viabilizar a existência em um ambiente multidimensional e complexo (MARTINO, 2009, p.04)

Portanto, numa sociedade complexa como a nossa, os indivíduos se servem dos meios de comunicação “para ter uma representação do social e sondar este social, reduzindo sua complexidade” (MARTINO, 2009, p.04).

Na obra “os meios de comunicação como extensões do homem”, Marshall McLuhan (1964) classifica os meios em dois tipos: meios quentes e meios frios. Segundo ele, “os meios quentes são aqueles que prolongam um único órgão dos nossos sentidos em alta definição, ou seja, quando um meio exige toda a atenção de um único sentido nosso e nos permite pouca participação” (SOUSA, 2003, p.76). A televisão, ao contrário, enquadra-se nos meios frios por se constituir em um mecanismo de baixa definição e, por isso, exigir maior participação dos usuários. Mesmo reconhecendo a fragilidade dessa tipologia, vale ressaltar a importância e o destaque que McLuhan deu à televisão. Para o autor, especialmente a televisão nos reconecta com a “totalidade”, perdida na era escrita/impressa. Para ele, a TV gera o gosto por experiências intimistas e em profundidade.

Outra característica atribuída à televisão é a sua capacidade de tornar público o que antes pertencia à esfera privada. Ou seja, a televisão coloca em evidência assuntos que antes seriam reservados para determinados grupos. O casamento real é um exemplo de que, se a televisão não existisse, provavelmente apenas uma parcela reduzida da



população mundial teria acesso ao acontecimento. Ela também possibilita que as emoções dos acontecimentos e experiências transpareçam, pois são elas que dão vida a esse meio e que o diferencia do meio impresso, por exemplo. “A televisão, como podemos facilmente perceber, apela para as emoções e para os sentimentos e torna seus figurantes íntimos do público” (SOUSA, 2003, p.101). Essa última característica sobre a televisão pôde ser percebida no envolvimento dos telespectadores ao esperar o beijo do casal real.

Outro meio que tem revolucionado o mundo das comunicações é a Internet. Desde a sua invenção, no início dos anos 80 nos EUA, até a sua chegada em 1994 no Brasil, ela está em processo de contínua transformação. Na última década do século XX, as pessoas que tinham acesso à ela deixaram de escrever cartas e passaram a usar o correio eletrônico (uma forma utilizada para enviar mensagem instantaneamente). No século XXI, os bate-papos começaram a ganhar força e espaço entre os usuários deste meio. E na década de 2010, os ambientes virtuais foram tomados por redes sociais, blogs e outras ferramentas que, até mesmo, substituem o e-mail.

No casamento entre o príncipe Charles e a princesa Diana, realizado no dia 29 de julho de 1981, por exemplo, a transmissão ao vivo pela internet ainda não era possível e, portanto, o número de espectadores não foi o mesmo que do casamento real de 2010.

Ao mesmo tempo em que a Internet é um mecanismo de disseminação da informação e divulgação mundial ela também é um meio para colaboração da interação entre indivíduos, independentemente de suas localizações geográficas. E esse é o fator principal que este sistema entre redes trouxe: a revolução da comunicação, equivalendo-se às grandes invenções, como, por exemplo, a prensa, o telefone, o rádio e a televisão. Essa revolução da comunicação está relacionada à facilidade e a velocidade da disseminação e da troca de informações do indivíduo com o mundo.

Vistos, de modo geral, as características que envolvem a TV e a Internet podemos tratar, agora, das questões ligadas ao papel desses meios na consagração do casamento real como fenômeno mediático.

Entendendo o fenômeno mediático

É no contexto do desenvolvimento das mais diversas inovações tecnológicas, em suas atuações na sociedade e na sua utilização pelos consumidores contemporâneos que a convergência mediática aparece. O que acontece é que hoje em dia o meio televisivo,



por exemplo, recorre à tecnologia de outras mídias no seu processo de produção e exibição. Ou seja, os diferentes meios de comunicação podem ter suas narrativas expandidas em outras plataformas. Segundo as autoras Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro,

A forma como se produz, veicula e consome televisão é bastante distinta daquela adotada, por exemplo, pelo cinema, pela internet, pela telefonia celular. Daí por que, embora essas plataformas se utilizem do sonoro e do visual para construir textos, elas os em-formam diferentemente, obedecendo a sistemas específicos de regras. A internet, por exemplo, opõe-se às formas passivas dos meios tradicionais (imprensa, rádio, televisão etc.), permitindo aos que desejam interagir a utilização de recursos para contribuir, interferir e dar continuidade ao conteúdo dos discursos (DUARTE e CASTRO, 2010, p.15).

Como citado acima e utilizando o casamento real como exemplo, podemos observar que a Internet transformou-se na própria extensão da televisão. Um acontecimento que antes da década de 90 só poderia ser visto pela televisão, hoje é exibido pela internet. O site do Correio Braziliense, do dia 29/04/2011, divulgou notícias de que a família real propôs pela primeira vez uma transmissão ao vivo pela Internet através do "Royal Channel", o canal do palácio no YouTube. Segundo o mesmo site, o porta-voz da empresa Livestream anunciou que foram pelo menos 2 milhões de visitantes durante a transmissão no endereço livestream.com. De acordo com o Correio Braziliense, “a firma Akamai, que oferece banda larga aos grandes portais da internet, disse ter registrado 3 milhões de conexões simultâneas, pulverizando o recorde anterior de 1,6 milhão durante a Copa do Mundo de Futebol da África do Sul 2010”. Só para lembrar, o casamento real foi assistido por 2 bilhões de espectadores no mundo e 1 milhão nas ruas de Londres. Sendo que, esses 2 bilhões dividiram-se entre espectadores televisivos e internautas, praticamente.

Além de ter sido visto por muitas pessoas, o casamento foi incansavelmente discutido entre membros das principais redes sociais, como, por exemplo, Facebook e Twitter. De acordo com o site do Correio Braziliense, “no Twitter, nove entre 10 assuntos mais tratados eram relacionados à boda, com palavras-chave como "royalwedding" (boda real) ou "proudtobebrish" (orgulhoso de ser britânico), passando por "they kissed" (eles se beijaram)”. Os debates sobre o casamento só foram reduzidos após a divulgação da notícia sobre a morte do terrorista Osama Bin Laden, anunciada pelo presidente dos EUA, Barack Obama, no dia 1º de maio de 2011.



O que aconteceu com o casamento real foi a interação do texto televisual com outras plataformas no nível da expansão, ou seja, “por uma expansão que ultrapassa os limites do texto televisual (...) em direção a jornais e revistas, à publicidade, à internet, com seus blogs, twitters e outros” (DUARTE e CASTRO, 2010, p.17). Possibilitando não só a transmissão das informações sobre o acontecimento, mas também que os usuários pudessem proliferar e discutir, nos ambientes virtuais, questões sobre o casamento. A convergência mediática promove uma demasiada e veloz disseminação de conteúdos de diversas ordens.

Em programas como “Você decide” e em reality shows, a convergência permite até mesmo “que os telespectadores interfiram na narrativa e decidam quem é o culpado ou inocente, quem é excluído ou permanece” (DUARTE e CASTRO, 2010, p.17).

Nessa dispersão sistemática por diversas plataformas, cada meio desempenha uma função, respondendo a interesses econômicos diversos. Assim, não se trata de contar a mesma história, não se trata de redundâncias: a ideia da reunião de fragmentos é substituída pela de desdobramentos que organizam, de outra forma, o fluxo das informações, a venda e o consumo de diferentes produtos (DUARTE e CASTRO, 2010, p.18).

Considerações finais

Como já visto, os meios de comunicação permitem a disseminação em massa de informação, facilitando a construção e a reprodução do discurso público e certos níveis de interação. Está claro também que “o mais importante é perceber como os meios informam e não o que eles informam” (SOUSA, 2003, p.75).

Desse modo, as reflexões sobre os meios, principalmente a TV e a Internet centralizam-se na capacidade que eles tiveram em desempenhar um papel crucial na divulgação e repercussão do casamento realizado entre o príncipe William e a plebleia Kate Middleton.

Só o fato de 2 bilhões de espectadores no mundo poderem assistir ao casamento evidencia a característica da televisão de tornar público o que é privado. Outra característica inerente a esse meio, que podemos exemplificar por ocasião do casamento real, é a sua capacidade de alcance. Ou seja, esses mesmos espectadores puderam acompanhar o evento sem estarem fisicamente presentes no local da cerimônia. É em



um acontecimento como este que o poder dos meios e seus efeitos tornam-se perceptíveis.

Outro ponto a ser lembrado diz respeito à possibilidade que a Internet gerou em divulgar e propagar informações em tempo real. Os internautas, que estavam entre o público de 2 bilhões de espectadores, além de terem assistido ao casamento, ao vivo, pela internet, também puderam divulgar e debater as informações sobre o evento nos ambientes virtuais. Isso demonstra não só a reconfiguração social que um novo meio de comunicação traz para a sociedade como, também, as diversas possibilidades de uso desses meios pelos indivíduos. O casamento real foi o álibi perfeito que encontramos para argumentar que para além do conteúdo, o meio é capaz de determinar quais os fenômenos podem ser forjados como “midiáticos”. Portanto, não se trata de esquecer o conteúdo, mas de provocar o olhar para além dele.

Vimos que os argumentos trabalhados por Marshall McLuhan são válidos até hoje nas explicações e fundamentações do impacto dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. E que os estudos de Meyrowitz e outros autores do campo da comunicação dão continuidade à produção deste teórico.

A leitura que podemos fazer deste trabalho é a de que ele nos fornece elementos essenciais ao entendimento do objeto de estudo da Teoria do Meio: os meios de comunicação e sua possível aplicabilidade nos contextos atuais. Acreditamos que estes estudos podem ser um ponto inicial para novas discussões sobre o assunto e, também, para novas descobertas acerca do papel desempenhado pelos meios de comunicação na vida social.

Referências

CORREIO BRAZILIENSE. Disponível em:

http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/especiais/casamento-real/2011/04/29/interna_casamento_real.250218/casamento-real-ao-vivo-pela-internet-pela-primeira-vez-no-mundo.shtml. Acessado em: 27 de maio, 2011.

DUARTE, Elizabeth Bastos.; CASTRO, Maria Lília Dias de. (orgs.). **Convergências midiáticas**: produção ficcional - RBS TV. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade, 3**: o cuidado de si. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985. Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque.

HOHLFELDT, Antonio.; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (orgs.). **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.



MARTINO, Luiz Cláudio. **Atualidade mediática**: o conceito e suas dimensões. Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Belo Horizonte, 2009.

MARTINO, Luiz Cláudio. **Contribuições para o estudo dos meios de comunicação**. Revista Famecos, Porto Alegre, n.13, semestral, p.103-114, dez. 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

MEYROWITZ, Joshua. **No sense of place**: the impact of electronic media on social behavior. New York: Oxford University Press, 1985.

MEYROWITZ, Joshua. **Medium theory**. In: D. Crowley & D. Mitchell (org). Communication theory today. Cambridge, England: Polity Press, 1994. pp. 50-77.

PORTAL R7. Disponível em: <http://noticias.r7.com/internacional/noticias/casamento-real-redesenha-monarquia-com-tradicao-e-elementos-modernos-20110429.html>. Acessado em: 27 de maio, 2011.

SOUSA, Janara K. Leal Lopes. **Contribuições, limites e desafios da Teoria do Meio**. Dissertação de mestrado. Universidade de Brasília. Distrito Federal, fevereiro de 2003.

_____. **Segunda geração da Teoria do Meio**: a contribuição de Meyrowitz. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belo Horizonte, 2004.