

A midiologia não é panacéia para nada

Intervenção no II Seminário Internacional da Comunicação do Curso de Mestrado da FAMECOS/PUCRS em 04/09/1998.

A MIDILOGIA, ASSIM COMO proposta por Régis Debray, pode ser pensada enquanto uma filosofia, isto é, um sistema de idéias indagativas a respeito dos sinais – a mídia. Efetivamente, se examinamos o termo, é exatamente esta a idéia que vamos encontrar nele contida: o logos da midiologia refere-se ao tratado, a um sistema de idéias a respeito de alguma coisa; a midio referida é o conjunto dos meios, ou seja, o conjunto dos diferentes sinais que envolvem a vida humana. A midiologia, assim, é um tratado a respeito dos meios, e é sob esta perspectiva que o próprio Debray trata de conceituá-la, quando escreve:

“Em midiologia, *mídi*o designa, em primeira abordagem, o conjunto, técnica e socialmente determinado, dos meios simbólicos de transmissão e circulação. Conjunto que precede e supera a esfera dos meios de comunicação de massa contemporâneos, impressos e eletrônicos, entendidos como meios de difusão maciça.”¹

É a tal perquirição, justamente, que Debray procede neste seu primeiro trabalho traduzido entre nós: indaga-se a respeito do sentido dos meios – e que por serem meios entre duas realidades, são meios simbólicos – e porque são meios simbólicos num contexto concreto e histórico, são meios simbólicos sociais, increvendo-os na durée de que nos fala Bergson, ou seja, na duração subjetiva e psicológica, mas sobretudo na duração histórica, valorizando muito especialmente as condições, características dos suportes e maneiras de transmissão e transporte das informações.

Confesso, contudo que, se li Curso de midiologia geral com curiosidade e entusiasmo, a leitura de O Estado sedutor frustrou-me parcialmente.² A primeira impressão

Antonio Hohlfeldt

Dr. Teoria da Literatura – PUCRS
Prof. do Programa de Pós-grad. da FAMECOS/ PUCRS

que nos fica é que Debray reduz o Estado a um conjunto enganoso de atividades, em detrimento do cidadão, na medida em que o caracteriza como um espetáculo, tão somente. Creio que a crítica procede em parte, na medida em que se deve levar em conta que a atividade política não apenas exige a ação concreta quanto a sua divulgação. Mais que isso, a ação realizada deve atingir os cidadãos de maneira simbólica, e, por isso mesmo, ela se constitui, e segundo Debray, cada vez mais, de um conjunto de atos simbólicos, por isso mesmo passíveis de serem considerados enquanto meios, mas que tenderiam, cada vez mais, a se tornarem auto-suficientes e, por consequência, não mais aqueles meios mas fins em si mesmos, o que desconsideraria o cidadão e tornaria o Estado auto-suficiente e tautológico.

Creio que a crítica procede em parte, mas não pode ser em hipótese alguma absolutizada, sob pena de regredirmos àquela primeira conceituação da informação segundo a teoria do projétil: o cidadão estaria totalmente indefeso às ações falsamente simbólicas do Estado, na medida em que elas apenas pareceriam significar algo mas esgotar-se-iam em si mesmas.

Acontecimentos políticos da história recente do país o comprovam. Tomemos o exemplo Collor de Mello. Lembremos todo o esforço enorme desenvolvido junto à mídia para elegê-lo e, depois, a tentativa de seus acessores em desviar o atenção pública do essencial para o acessório, mediante um sem-número de iniciativas: as camisetas com slogans com que desfilava a cada fim-de-semana, os aparentes disparates que cometia tripulando aviões, carros ou lanchas em condições que afrontavam a lógica da segurança, as eventuais crises conjugais, etc. O Presidente da República, enquanto emissor, tentava manipular o conjunto de cidadãos, enquanto receptores de suas mensagens, numa tentativa que só aparentemente deu certo, e assim mesmo por muito pouco tempo. Tão logo descobriram-se novos dados a respeito de sua admi-

nistração, o processo inverteu-se: os receptores potenciais tornaram-se emissores exigindo providências, inquirições em torno das denúncias e, por fim, as iniciativas práticas de ações que culminaram na decisão do Congresso Nacional pela cassação do Presidente.

É certo que a Política, como a Cultura, trabalham essencialmente com elementos midiáticos: o imaginário é seu grande objetivo. No entanto, se se provoca um equívoco de avaliação política em relação a uma personagem ou a um episódio, na verdade não se trata de um problema no processo de transmissão de mensagens, mas sim de recepção e/ou interpretação das mesmas, e tal processo reside no receptor mais ou tanto quanto do que no emissor. Afinal, sabemos que, embora o emissor busque antecipar o comportamento do receptor ao codificar sua mensagem, é efetivamente o receptor quem dá o sentido final à mesma. Relembremos, ainda a propósito de Collor de Mello, como isso ocorreu: o Presidente solicitou que, no final de semana seguinte àquele dia de sua fala, todos os cidadãos que o apoiassem utilizassem as cores verde-e-amarelo em suas roupas. Houve uma verdadeira reação em cadeia, natural, uma espécie de frisson que culminou com a exibição maciçamente majoritária das cores preto-e-branco, evidenciando que o Presidente não possuía mais qualquer respaldo da opinião pública. Ou seja, o receptor, aceitando os termos codificados pela mensagem do emissor, inverteu, contudo, sua leitura, procedendo a uma nova codificação.

Conclui-se, portanto, que as consequências da tentativa de midiaticizar o Estado, se houver, não chega a ser tão automática e autônômica quanto se poderia temer.

Por outro lado, o conceito de midiasfera que Debray desenvolve – a existência da mediação em toda a comunicação humana, parece-me absolutamente plausível e correta. Aliás, já outros autores fizeram igual observação embora talvez sob outras palavras. Lembremos que já se afirmou, muitas vezes, que a linguagem é a pele do ho-

mem. Ora, nada mais midiático do que a linguagem humana, feita de palavras, o conjunto de signos mais amplo e potente que conhecemos entre as criaturas vivas.

Aliás, enquanto professor de Teoria da Comunicação, tenho procurado chamar a atenção de meus alunos para a possibilidade de se constituir uma história da humanidade sob a ótica da informação.

Assim, poderíamos recuperar a história grega sob tal perspectiva (da mesma forma que Werner Jaeger releu-a sob a da pedagogia – a paidéia grega): concentrada no século V a. C. a cultura grega constituiu o que hoje poderíamos denominar, seguindo Lúcia Santaella,³ uma verdadeira rede informativa ou de mídias, constituída por sua dramaturgia e festivais dramáticos, escultura e arquitetura, pintura e literatura, historiografia e música, tudo alicerçado naquela fantástica criação que é a mitologia.

Da mesma forma, a cultura romana, marcada pelo utilitarismo da informação, que a transformou não mais em elemento constitutivo de uma koiné social como entre os gregos, mas em elemento de controle e prevenção social, permitindo que o Estado administrasse a cidade com garantia de unidade e coesão: da adoção do idioma oficial único ao sistema de correios e à publicação das Acta diurna, tudo dirigia-se para tal objetivo.

A Renascença preferiu adotar a perspectiva da informação enquanto transmissão de novidades. Convenhamos que novidades por certo é o que não faltou ao século XVI, com todo o mercantilismo, as grandes navegações e a descoberta de novos continentes.

Quando chegamos ao século XIX, adotamos a cultura de massa a partir da industrialização propiciada pela I Revolução Industrial e suas conseqüências: a máquina a vapor utilizada para a impressão de jornais diários, a difusão maciça dos folhetins e, enfim, as tiragens excepcionalmente altas do final do século, chegando-se a um milhão de exemplares-dia nos grandes jornais parisienses. O século XX descobriu a

tecnocrônica – a conjugação de diferentes tecnologias informativas e comunicativas, cujo desenvolvendo apenas podemos sonhar, tais as suas dimensões.

Recentemente, Hans Magnus Enzensberger reconhecia que a Política está sendo substituída pelo espetáculo: não temos mais a militância nem o comício, trocados pela propaganda produzida com tecnologias sofisticadas e transformação de candidatos em figuras em tudo semelhantes a quais produtos que a publicidade costuma nos oferecer.⁴

Ainda aqui, contudo, parece-me que as questões a serem postas não se restringem a uma pura e simples acusação ao Estado que seduz e trai o cidadão por suas (falsas) imagens. Caberia, isso sim, irmos além de uma eventual constatação, indagando-nos sobre:

- ao que responde esta tendência?
- por que o receptor responde assim a tal mensagem?

Pela falta deste questionamento e, conseqüentemente, pela inexistência das respostas às questões por nós planteadas, parece-nos que O Estado sedutor é mais uma tentativa de compensação da parcial frustração da experiência vivida por Régis Debray na administração pública, de que participou nos últimos anos, do que propriamente uma correta e filosófica reflexão a respeito do Estado, seus desafios, contradições e alternativas.

Pode-se afirmar que, de certo maneira, a obra de Debray carece de uma análise mais profunda da materialidade do Estado. Ele mesmo reconhece, ao historiar antecedentes, que não é de hoje a espetacularização do Estado. O que talvez seja uma realidade recente é a crise da cidadania. O Estado-nação constituído no pós-Revolução Burguesa de 1789 sofre atualmente um duplo ataque:

- a base territorial
- o plano interno

Há, igualmente, uma crise de sociabilidade, que responde pela crescente ambigüidade de respostas a perguntas sobre:

- quem representa quem
- quem significa o Estado?

Pode-se responder indicativamente como sendo a mídia. Sobretudo através do marketing político e do pós-marketing, a mídia acaba por estabelecer a unidade, ainda que ilusória e, conseqüentemente, provisória.

Hoje em dia, por isso mesmo, inverteu-se a constatação de algumas décadas atrás: é o político que depende mais da mídia do que esta da política, na medida em que, cada vez mais, é a mídia quem faz os políticos e a política, ao estabelecer suas próprias políticas.

É importante, por isso, discutir-se a regulamentação da ação política do Estado, tanto quanto das mídias (a recente polêmica em torno da divulgação das pesquisas eleitorais e sua pretensa influência sobre os resultados finais, em especial os de primeiro turno eleitoral bem o atestam).

Para tanto, porém, necessitamos retomar indagações sobre qual o sentido atual da política? a fim de que se possa constituir uma nova harmonia entre mídias e política.

O esvaziamento dos termos politizados ou ideologizados, que foram sendo cada vez mais psicologizados, a multiplicação de programas de entrevistas (talk-shows) que pretendem tudo explicar, mas nada aprofundam, são alguns dos desafios que se colocam atualmente para nós.

Observemos, porém, que estas questões encontram-se ainda em suas próprias esferas e não se apresentam problematizadas por influência direta uma das outras, mas sim graças as suas novas configurações.

Problematizá-las, polemizá-las, iluminá-las, eis o nosso desafio, sem que se tema, ou se acuse, pura e simplesmente, a espetacularização como a grande culpada por tal situação .

Referências

- 1 DEBRAY Régis. Curso de Midiologia geral. Petrópolis: Vozes. 1993, p.15.
- 2 DEBRAY, Régis. O Estado sedutor. Petrópolis: Vozes. 1994.
- 3 SANTAELLA, Lúcia. A cultura das mídias. S.Paulo: Razão Social. 1992.
- 4 ENZENSBERGER, Hans Magnus. Mediocridade e loucura e outros ensaios. São Paulo: Ática. 1995.