

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

Ethics of mediation: aspects of media criticism in Roger Silverstone's works

MARCIO SERELLE *

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa em Pós-Graduação em Comunicação Social. Belo Horizonte – MG, Brasil

RESUMO

Este é um artigo teórico que pretende contribuir para a discussão do conceito de mediação na obra de Roger Silverstone. Pare esse autor, a mediação é compreendida como um processo múltiplo, transformativo e assimétrico, que envolve dimensões tecnológicas e sociais. Fundamental para o modo como nos relacionamos com o outro no cotidiano, a mediação da mídia possui implicações éticas. Neste trabalho, recupero ainda, conceitos de autores como Raymond Williams, Martín-Barbero e Nick Couldry, que informam e/ou dialogam com a perspectiva de Silverstone. Desse debate, emergem apontamentos para uma crítica baseada no desafio de mediação, que demanda a reflexão acerca de nossas relações com a mídia e seus modelos de representação.

Palavras-chave: Mediação, mídia, ética, crítica, Roger Silverstone

ABSTRACT

This is a theoretical article that aims to contribute to a debate on the concept of mediation in Roger Silverstone's work. According to Silverstone, mediation is a multiple, transformative and asymmetrical process, which involves technological and social dimensions. Mediation is fundamental for the ways we relate to the other in everyday life and it has ethical implications. In this paper, I review some notions of authors as Raymond Williams, Martín-Barbero and Nick Couldry, which inform and/or dialogue with Silverstone's ideas. Some key points in this discussion highlight the need for criticism based on the challenging of mediation, what demands a reflection on our relations with the media and their representational modes.

Keywords: Mediation, media, ethics, criticism, Roger Silverstone

* Professor doutor do Programa em Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Pesquisador do CNPq. E-mail: marcio.serelle@pq.cnpq.br

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

INTRODUÇÃO

O TERMO *MEDIAÇÃO* É complexo e apresenta usos múltiplos mesmo quando circunscrito ao campo da comunicação, cujos estudos ressaltam, pelo menos, três faces do fenômeno: de linguagem, tecnológica e sociocultural. Neste artigo, pretendo examinar o conceito por meio do pensamento de Roger Silverstone, que, na articulação dessas faces, propõe-nos refletir sobre aspectos éticos da mediação na vida cotidiana. Para Silverstone (2002b), a mediação é tecnológica, pois depende cada vez mais da presença dos meios de comunicação no cotidiano, que colocam em circulação textualidades diversas, das quais nos apropriamos como recurso simbólico para estabelecer nossa conduta com o outro e para produzir sentidos na complexidade da vida cotidiana. Mas ela é também fundamentalmente social, pois implica a constante negociação cultural por meio de táticas do cotidiano.

O conceito de mediação em Silverstone (2005) possui determinadas implicações empíricas, a saber: a importância, para a análise mais completa do processo, de se ler vários níveis dele, pois as instituições não determinam o conteúdo e este não determina a recepção; “a necessidade de se reconhecer o fluxo e a fluidez na produção e consumo de textos midiáticos e de se reconhecer que os significados mediados não se esgotam no ponto de consumo” (Ibid.: 191)¹ – esses significados reverberam para além de sua fixidez nos textos e se tornam fluidos em conversas e pensamentos; o reconhecimento de que o poder midiático é difuso e de que dele participam tanto produtores como receptores, ainda que por meio de recursos distintos; a reivindicação tanto por uma teoria social geral como por uma abordagem que coloque em perspectiva, na análise da mediação, aspectos históricos do midiático, tipos específicos de tecnologia e formas de circulação de significado.

Dessas características e implicações, Silverstone (2002b) propõe um gesto de crítica midiática a partir do “desafio da mediação”, devendo colocar em questão tanto os esquemas representativos das mídias como as relações estabelecidas com eles, por meio de um engajamento sedimentado em determinadas regras:

Esse tipo de relacionamento crítico com a mídia é uma pré-condição para qualquer interrogação ética e moral que se faça dela. É uma pré-condição também para nossa capacidade de assumir responsabilidade pela mediação. Sem uma interrogação fundamentada desse modo, as audiências se tornam cúmplices das estratégias de representação da mídia. (Ibid.: 774)²

O pensamento de Silverstone acerca da mediação é, evidentemente, devedor de outros, como os de Raymond Williams e Martín-Barbero, que serão brevemente retomados neste estudo. A definição dada por Silverstone à me-

1. No original: “is the need to recognize flux and fluidity in the production and consumption of media texts and also to recognize that mediated meanings are not exhausted at the point of consumption”. Esta e as demais traduções foram realizadas pelo autor do artigo.

2. No original: “This kind of critical relationship to the media is a precondition for any ethical or moral interrogation of the media. It is a precondition, too, for our ability to take responsibility for mediation. Without such informed interrogation, audiences become complicity with the media’s representational strategies”.

dição foi, por sua vez, comentada por Couldry (2008) em proposta de cotejo com o termo *mediatização*, na reflexão sobre alternativas conceituais para investigação de determinados fenômenos comunicativos contemporâneos. O próprio Silverstone (2005: 189) acreditava que, no século XXI, com a mais recente geração de tecnologias midiáticas e a emergência da comunicação em rede, o conceito de mediação, implicando multiplicidade, tornar-se-ia ainda mais central para a apreensão de uma economia midiática fundamentada na promessa de interatividade.

Início este artigo com a recuperação etimológica do termo e de usos que apontaram criticamente sua condição ideológica de entreposto para, depois, passar à noção da mediação como processo transformativo, desdobrando-se nas relações intrincadas entre mídia e cotidiano. Ressalto, a partir de Couldry (2008), diferenças entre as lógicas da mediatização e da mediação, para, a seguir, compreender a comparação que Silverstone faz entre mediação e tradução. Introduzo, na discussão, considerações sobre um terceiro termo, *interpretação*, geralmente também qualificado como processo mediador. A seguir, traço os aspectos distintivos do pensamento de Silverstone acerca da comunicação, entendida como o comum fundado em uma diversidade que não pode nem deve ser eliminada, se visamos à construção de um domínio verdadeiramente público, conforme o conceito de Arendt (2013). Silverstone critica, assim, a mediação que resulta na aniquilação das diferenças e da qual somos cúmplices ou conluídos. Descrevo, por fim, o que seria a proposta, apontada por Silverstone, de se desafiar esse processo, identificando e evidenciando as lacunas da mediação e a necessidade de nos tornarmos responsáveis por ela.

Este é um artigo teórico que pretende contribuir para a discussão do conceito de mediação na obra madura de Silverstone, ainda pouco traduzida no Brasil. Interessa-me, particularmente, os caminhos apontados por esse conceito para o exercício da crítica da mídia e que poderão orientar, em trabalhos futuros, abordagens analíticas de textos midiáticos e de suas reverberações sociais.

MEDIAÇÃO E MÍDIA: ETIMOLOGIAS

O termo *mediação* entrou para o português no século 17, com raiz na palavra latina *mediare*, que, como assinala Williams (2007), engloba três sentidos: (i) dividir em dois, partir ao meio; (ii) agir na qualidade de mediador, de intermediário (mediar um conflito entre inimigos); (iii) estar entre, situar-se entre (duas coisas). A mediação, como ato, imbrica-se a mídia, do latim *medium*, “elemento intermédio”, “instrumento mediador”. Marcondes Filho (2005: 8) recupera a origem do termo *medium* na física como elemento que

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

3. Mantive, nesse trecho, o termo *media* em coerência à palavra usada por Marcondes Filho, que rejeita o neologismo “*mídia*”. Ver, a esse respeito, nota ao texto “*Mediacriticism* ou o dilema do espetáculo de massas” (Marcondes Filho, 2002).

se apaga para dar a sentir aquilo que medeia; ele mesmo “não é percebido, mas permite a percepção, quer dizer, transmite as características de um objeto (suas formas) sem alterá-lo”. Assim, segundo o autor, elementos como a luz, o ar ou mesmo a areia, por meio de sua flexibilidade e capacidade de assumir formas, podem atuar como *media*³ que conduzem objetos. Em outro nível, quando se constituem elementos intermediários mais complexos na relação entre tecnologias e formas culturais e artísticas, como a fotografia, o cinema, a televisão e a internet, as mídias continuam a operar por mediações, que tendem à transparência, no sentido em que as estratégias midiáticas de representação do mundo não se explicitam. A sensação de presença dos objetos representados se dá pelo apagamento do meio e de suas mediações. Para descrever esse efeito, a língua inglesa utiliza o termo *immediacy*, que, em determinados contextos, podemos traduzir convenientemente como *transparência*, mas que se refere à condição daquilo que é imediato – o *i* como prefixo de negação, indicando o não mediado, isto é, aquilo que, como efeito, é apresentado diretamente, sem agente intermediário.

Em Flusser (2002), o conceito de *imagem técnica*, como aquela que, como a fotográfica, é produzida por aparelhos, também se refere à mediação que perfaz uma janela para o mundo, omitindo seu caráter simbólico. A imagem técnica é objetiva e se apresenta no mesmo nível do real, mas sua objetividade é ilusória, pois essa imagem é tão simbólica como qualquer outra. Diante do que se refere como “magia de segunda ordem” e “feitiço abstrato”, Flusser (2002: 15) propõe “rasgar” as imagens técnicas, isto é, produzir uma crítica sobre elas que as problematize como “superfícies que transcodificam processos em cena” e que resultam de e propagam determinados conceitos sobre o mundo.

Em uma linha de pensamento, ligada principalmente à representação do factual, a mediação das mídias nos apresenta impasses toda vez que se põe a funcionar nessa proposição ilusória de relações neutras e imediatas com o mundo, o que omitiria suas estratégias de codificação. Entendo como *codificação* (Hall, 2009) o processo pelo qual eventos são colocados sob o signo do discurso, tornando-se produtos narrativos veiculados pelos aparatos midiáticos e distribuídos socialmente. Williams (2007) afirma haver um uso recorrente de mediação, que a descreve como processo essencial da ideologia e acaba por opor relações mediadas a reais, sendo que aquelas querem se passar por estas. Conciliado ao uso moderno de mídia como meio de comunicação de massa, essa acepção leva à noção de “que certas agências sociais estão deliberadamente interpostas entre a realidade e a consciência social para impedir a compreensão da realidade” (Ibid.: 174).

A MULTIPLICIDADE DA MEDIAÇÃO

Sabemos que nenhuma dessas noções foi completamente abandonada, mas, também, temos conhecimento da complexidade da mediação no uso corrente, sobretudo após os estudos de teoria da recepção, iniciados nos anos 1960, e ao que Martín-Barbero (2004) considera como a “reinserção da comunicação no campo da cultura”, que multiplicou os atores e as dinâmicas comunicativas. No plano da recepção, considera-se, hoje, como mediação, a infinidade de caminhos, muitos deles imprevisíveis, da leitura empírica – descrita por Verón (2004) como “gramáticas do reconhecimento” – e que são dependentes de muitas variáveis, do gosto aos saberes adquiridos. O modo como um indivíduo dedica atenção a um texto, escolhendo-o, interpretando-o e fazendo uso dele, passa, evidentemente, pela questão subjetiva, mas essa própria subjetividade é construída em diálogo com as mediações dos grupos e das classes. Martín-Barbero refere-se a ritualidades que demonstram “diferentes usos sociais das mídias” (2004: 233), como, por exemplo:

o barroquismo expressivo dos modos populares de ver cinema em oposição à sobriedade e à seriedade do intelectual ao qual qualquer ruído distrai de sua contemplação cinematográfica, ou o consumo produtivo que alguns jovens fazem do computador oposto ao uso marcadamente lúdico-evasivo da maioria. (Ibid.: 233)

Em citação a Beatriz Sarlo, Martín-Barbero refere-se a “gramáticas da ação” como reguladores de modos de olhar, ouvir e ler, que medeiam a nossa relação com o midiático. Notemos, novamente, a ênfase no plural, que, como veremos, é uma das marcas da mediação.

Em seus últimos escritos, Silverstone entende a mediação como processo transformativo e dialético – embora desigual –, cada vez mais miscível, que envolve não somente a codificação midiática, mas as diversas formas de decodificação, na interação dos indivíduos com os meios, e a interação entre os próprios indivíduos, grupos e instituições que se utilizam dos recursos simbólicos, providos midiaticamente, em suas ações e relações cotidianas. O *mundo da mediação* é de grande inclusividade, e mesmo nossas práticas e textos como analistas e críticos da mídia se inscrevem nessa circulação de significados.

A mediação é dialética, porque, embora seja perfeitamente possível privilegiar os meios de comunicação de massa como definidores e, talvez, determinantes de significados sociais, essa ênfase desconsideraria o engajamento criativo e contínuo que ouvintes e espectadores possuem com os produtos da comunicação

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

4. No original: “Mediation is dialectical because while it is perfectly possible to privilege those mass media as defining and perhaps even determining social meanings, such privileging would miss the continuous and often creative engagement that listeners and viewers have with the products of mass communication. And it is uneven, precisely because the power to work with, or against, the dominant or deeply entrenched meanings that the media provide is unevenly distributed across and within societies”.

massiva. A mediação é, também, assimétrica, precisamente porque o poder de operar com ou contra os significados dominantes ou profundamente enraizados que as mídias produzem é distribuído de modo desigual entre e nas sociedades. (Silverstone, 2002b: 762)⁴

O caráter assimétrico que Silverstone confere à mediação é um ponto importante de seu pensamento, estabelecendo relações com a perspectiva crítica de Raymond Williams (2003). Ao mesmo tempo que enfatiza a dimensão cultural do fenômeno, sua imprevisibilidade e dinamicidade na circulação social de significados, Silverstone marca, também, a desigualdade do processo. O modo como determinada sociedade se engaja no uso e na confrontação dos “significados dominantes” não seria o mesmo em todas as classes, e tampouco as possibilidades são idênticas em sociedades que, por exemplo, experimentaram diferentes desenvolvimentos em serviços midiáticos públicos e comerciais, como os dos sistemas televisivos. A mediação é conflitiva, mas, assim como Williams, Silverstone reconhecia as pressões e o poder das instituições midiáticas estabelecidas para conformar usos da tecnologia, narrativas e esquemas representativos. Por isso, a crítica da mídia, como veremos, deve estar sempre atenta ao inesperado da mediação, mas também à concentração de poder simbólico na sociedade.

O caráter conflitivo da mediação fez que Couldry (2008) preferisse o termo à noção de midiatização para o estudo de fenômenos como o *digital storytelling*, que se refere ao conjunto de histórias pessoais contadas nas redes sociais. Para Couldry, o conceito de mediação é mais produtor nesse caso porque, no lugar de trabalhar com a ideia de uma única lógica midiática conformadora de todo um espaço social, ele enfatiza a heterogeneidade das relações e das transformações emergentes da relação midiática. A partir de Silverstone, e na extensão do dialético para uma perspectiva que dê conta dos vários aspectos da não linearidade do processo, Couldry (2008: 383) compreende a mediação “como uma resultante de fluxos de produção, circulação, interpretação e recirculação”⁵. Nesse ponto, a multiplicidade da mediação se difere da lógica linear da midiatização, que, entretanto, como teoria, tem a vantagem, segundo Couldry, de nos encorajar a buscar padrões comuns que, de fato, atravessam diversos campos.

Na teoria da midiatização, considera-se, portanto, o fenômeno como controlador. Sodré (2002: 21), que compreende a midiatização como “uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais”, propõe-nos pensar, por meio dela, na emergência de um *bios* midiático, isto é,

5. No original: “as the resultant of flows of production, circulation, interpretation and recirculation”.

uma nova forma de vida, um campo de ações sociais conformado pelo enredamento das tecnologias de comunicação, lineares ou reticulares. Esse terreno é, segundo Sodré (Ibid.: 255), o de uma “refiguração imaginosa da vida tradicional pela ‘narrativa’ do mercado capitalista”.

Já na vertente que herda a perspectiva culturalista, afirma-se a multiplicidade das mediações, que Silverstone (2002b), porém, como vimos, expõe como assimétricas. Mesmo que reconheçamos o caráter transformativo do processo e que haja, sempre, uma batalha pelo significado – a “luta no discurso”, referida por Hall (2009) – não podemos desconsiderar o poder da mídia dominante em cristalizar significados. Martín-Barbero (2014: 32) refere-se à existência de uma “simbólica sedimentada”, constituída de estereótipos e de narrativas constantemente reiteradas.

Para descrever o movimento transformativo da mediação, Silverstone (2002a) se vale da comparação com a tradução. O estigma da tradução, como enfatiza Seligmann-Silva (2005: 189), é de ser uma passagem e, mais do que isso, um movimento primário de abandono. O processo envolve investimento criativo, notadamente quando lida com textos de alto desempenho estético, que demandam, do tradutor, intervenção em uma migração não só entre línguas, mas fundamentalmente entre culturas. Em breve paráfrase da teoria da tradução de George Steiner, Silverstone descreve a mediação por meio de quatro passos: (i) confiança: a noção de que há valor no texto e que ele merece ser traduzido; (ii) agressão: traduzir é um ato de pilhagem (no original, Steiner utiliza uma imagem da colonização, em que a riqueza de um território – estrangeiro – é extraída e levada a outro contexto). “O tradutor invade, extrai e leva para casa” (Steiner, 1975: 298)⁶; (iii) apropriação: movimento que envolve “personificação”, “consumação”, “domesticação” (Silverstone, 2002a: 36). O termo original em inglês é *incorporation* (incorporação), mas Steiner também usa *embodiment* (corporificação), sugerindo o processo de assimilação; (iv) restituição: o tradutor “devolve” o significado, com possíveis acréscimos. De certo modo, ele precisa compensar o ato predatório realizado. “A glória primitiva do original pode ter desaparecido, mas o que vemos em seu lugar é algo novo, certamente; algo melhor, possivelmente; algo diferente, obviamente” (Ibid.: 36). Silverstone conclui as aproximações entre tradução e mediação com a citação do conto *Pierre Menard, autor de Quixote*, de Borges (1999), em que o protagonista assume o projeto de reescrever, palavra por palavra, a obra de Cervantes – e, ainda assim, acaba por produzir um livro diferente.

Tradução, interpretação⁷ e mediação são termos constantemente cotejados, sendo que a tradução, como transposição interlingual criativa (Jakobson, 1969), e a interpretação, como discurso da compreensão, podem ser vistas

6. No original: “The translator invades, extracts, and brings home”.

7. Para Bosi (2003: 473), o intérprete é um mediador, sendo o ato de interpretar uma mediação entre a forma e o evento do texto em busca de uma “escrita da compreensão”, que refaz, na hermenêutica, a experiência simbólica do outro.

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

como tipos mais balizados de mediação, mas, ainda sim, na condição de mediação, sempre transformativos. Para Eco (1986: 43), podemos usar livremente um texto, como estímulo para imaginação, pois o ato de leitura é desiderativo. Diferentemente, “a interpretação sempre envolve uma dialética entre estratégia do autor e resposta de um leitor-modelo”. Assim, cabe ao intérprete identificar e compreender as estratégias que tanto conformam uma *voz* enunciativa como a relação proposta, no texto, com o enunciatório – o leitor intradieético, esperado como colaborador. A partir do entendimento dessas estratégias, dado por um procedimento analítico que maneja conhecimentos sobre gêneros, perspectivas históricas, dialogismo intertextual etc., um sentido é proposto àquilo que, no caso da obra de arte, não se revela de imediato. No entanto, à diferença da interpretação, a mediação no midiático é extremamente diversificada – e pode até incluir algumas balizas, porque, como dissemos, nossa própria crítica da mídia faz parte dela, mas o que parece defini-la é justamente o uso.

Em comum, os três termos se referem a esse trabalho de decifração ou de decodificação requerido em face da espessura da linguagem. Para Bosi (2003), a potência simbolizante que atravessa a linguagem expressa sempre uma vontade, um “querer dizer” algo, que, no entanto, precisa ser reconstituído, sempre com dúvidas. Martín-Barbero nos lembra de que *símbolo* significa, em grego, algo dividido em dois (portanto, *mediado*, em uma das acepções vistas anteriormente), em que uma parte é apresentada a outra para reconhecimento.

Mediação por excelência, o símbolo povoa o universo do homem marcando seu impossível acesso imediato às coisas (Cassirer, 1965: 45), forçando a aceitar essa outra mediação introduzida pela decifração do sentido. E, portanto, constitutivamente ligado ao discurso: todo símbolo faz pensar, ou melhor, “dá o que pensar” (Ricoeur, 1968: 323). Não a partir de uma referência que se desenvolve em seu exterior, mas sim contida no enigma que o próprio símbolo contém. É aí que reside sua *provocação para pensar*. (Martín-Barbero, 2014: 31)

Quando passa à lógica das diferenças, Silverstone assinala que a mediação é *menos e mais* do que tradução. A mediação é tomada, nesse contexto, como a circulação de significados no âmbito da cultura midiática e em seu enredamento e desdobramento na vida cotidiana. A mediação é menos do que a tradução porque é menos determinada. Um tradutor dedica cuidados ao objeto que deseja traduzir, preocupando-se com a fragilidade da estrutura que necessitará ser transportada e recriada. No entanto, “o mediador [nas práticas midiáticas] não está necessariamente ligado a seu texto, nem a seu objeto por amor, embora possa estar em casos particulares” (Silverstone, 2002a: 37).

Nossa relação com a mídia, ainda que movida por afetos (e até mesmo por isso), é, em geral, abusiva, desprovida de preocupações com equivalência, reposição e compensação.

Ao mesmo tempo, a mediação é mais, porque se desdobra para além do trabalho autoral da tradução – envolvendo instituições, grupos e tecnologias – e para além das textualidades midiáticas. Se a mediação se materializa em filmes, telenovelas, jornais, programas de auditório, blogs etc., ela também se torna fluida nas conversações e em nossos pensamentos e ações, alcançando as dimensões do cotidiano.

PARA UMA CRÍTICA DA MÍDIA NO COTIDIANO

O modo como Silverstone descreve a mídia como uma segunda natureza, sem que, contudo, substitua o mundo da experiência imediata, é importante para a compreensão das implicações éticas da mediação. Silverstone recusa a ideia de simulacro de Baudrillard e, também, a noção de mediação referida anteriormente como um processo em que a mídia se apresenta como biombo ou *holograma*. Diferentemente, a mídia perpassa o mundo experiencial, correndo continuamente imbricada a ele.

O vivido e o representado tornam-se, conseqüentemente, a urdidura e a trama do dia a dia, e o que está em questão, em qualquer investigação acerca dessa relação, são as especificidades históricas e sociológicas do tecido que é produzido, suas forças e fraquezas, suas coincidências e contradições: o toque e o sentir da cultura – a ética e a estética da experiência. (Silverstone, 2002b: 763)⁸

Para o autor, nosso comum, em termos de humanidade e solidariedade, é criado no cotidiano. As ações e interações que acontecem no dia a dia acabam por constituir (ou não) uma ética do cuidado e da responsabilidade que assumimos perante o outro. Ele parte, aqui, da filosofia de Emmanuel Lévinas (1980), que critica a base ontológica do pensamento ocidental e afirma a primordialidade da ética, em seu caráter relacional, sobre a natureza do ser. Para Lévinas, o *ser para o outro*, a responsabilidade que estabeleço, de forma incondicional, em relação ao outro, que constantemente me interpela, deve ser vista como princípio constituinte do sujeito. Nenhuma ética do cotidiano, contudo, pode ser concebida sem comunicação, que, por sua vez, resulta das representações que circulam e são apropriadas; das imagens que recebo e produzo do outro; do que me é apresentado como semelhança e diferença desse outro; e de como elaboro e transformo esses significados em circulação. Cada

8. No original: “The lived and the represented consequently become the warp and the weft of the everyday, and what is at stake in any investigation of their interrelationship is the historical and sociological specificity of the ensuing fabric, its strengths and its weaknesses, its coincidences and its contradictions: the touch and the feel of culture – the ethics and aesthetics of experience”.

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

9. Sobre isso, ver o capítulo 5, “Effects of the technology and its uses”, de *Television*, de Raymond Williams (2003).

10. No original: “I intend to argue that there are profound moral and ethics issues to be addressed in confronting the mediation of everyday life. I also intend to argue that insofar as the persisting representational characteristics of contemporary media, above all in our media’s representation of the other, remain unchallenged – as for the most part they are – then those who receive and accept them are neither mere prisoners of a dominant ideology nor innocents in a world of false consciousness; rather they are willing participants, that is, complicit, or even actively engaged, that is, collusive, in a mediated culture that fails to deliver its promises of communication and connection, with enduring, powerful and largely negative consequences for our status as human beings”.

11. No original: “[...] swollen bellies and flies in their eyes”.

vez mais dependente de tecnologias midiáticas, essa mediação foi, no século XX, marcadamente aquela da radiodifusão, daí a preocupação, principalmente após a década de 1950, de se realizar estudos sobre os efeitos dos meios sobre a sociedade⁹. O século XXI propõe outros desafios com a disseminação das tecnologias das redes digitais e as passagens constantes entre as mídias de *massa*, segmentadas e sociais. O enredamento do midiático no cotidiano se tornou fundamental para o modo como as pessoas administram suas vidas. Segundo Silverstone, a mídia fornece molduras, recursos simbólicos para que possamos nos movimentar na complexidade do cotidiano e produzir sentido a partir de suas relações intrincadas. Estamos cada vez mais dependentes dela para definir nossa conduta em relação ao Outro, principalmente o *outro distante*, que só nos torna visível por meio do midiático.

Pretendo discutir que há questões profundamente éticas e morais a ser abordadas no confronto com a mediação da vida cotidiana. Pretendo também argumentar que, na medida em que as características contumazes de representação da mídia contemporânea permanecem, em sua maior parte, incontestadas, aqueles que as recebem e as aceitam não são meros prisioneiros de uma ideologia dominante nem inocentes em um mundo de falsa consciência: eles são, na verdade, participantes voluntários, isto é, cúmplices, ou mesmo engajados ativamente, isto é, acunados com uma cultura mediada que falha na sua promessa de comunicação e conexão, com consequências duradouras, poderosas e profundamente negativas para nossa condição humana. (Silverstone, 2002b: 762)¹⁰

A mídia falha em comunicação, segundo Silverstone, porque “apaga” o outro. Suas estratégias de representação aniquilam a diferença, operando por meio da assimilação completa desse outro; ou, em movimento contrário, propõem um abismo absoluto, negando qualquer possibilidade de se estabelecer uma humanidade em comum ou uma forma de proximidade com o outro. Os exemplos que Silverstone trabalha são claros e se referem, por um lado, ao modo como a diferença é aniquilada na publicidade, *talk-shows* ou mesmo em documentários, em que, por exemplo, africanos e caribenhos são exibidos sorridentes e amistosos, os sujeitos marginais e invisíveis socialmente aparecem *domesticados* ou os pobres são invariavelmente representados “com barrigas inchadas e moscas nos olhos” (Ibid.: 770)¹¹. Por outro lado, há as representações que delineiam a alteridade como algo inalcançável e que não pode ser compreendida, como as imagens persistentes de palestinos como terroristas. Silverstone coloca, portanto, o problema da distância adequada, pois a “comunicação nunca pode incorporar o outro completamente nem deve ter esse objetivo”

(Ibid.: 768)¹². Se não somos todos iguais nem inexoravelmente diferentes, a ética na minha relação com o outro residiria no reconhecimento dessa diferença e implicaria aceitar que o outro sempre será um problema, que é, no entanto, “uma pré-condição necessária do que significa ser humano” (Ibid.: 768)¹³.

A alteridade que Silverstone busca afirmar é, portanto, a de um outro absoluto, cuja humanidade compartilhamos ainda que esta seja de uma substância realmente diferente. A noção remete, novamente, a Lévinas (1980), que reivindica uma relação com o outro que não o transforme no “mesmo”, em espelho de minha representação. Embora Silverstone afirme que a mídia falha em comunicação ao aniquilar o outro, por proximidade ou criação de hiato intransponível, convém ponderar que a questão da distância apropriada é sempre, independentemente do midiático, um dilema para o *eu moral*, isto é, do *eu* que se cria e se fortalece a partir da responsabilidade incondicional e desinteressada que assume perante o outro. Zygmunt Bauman (1997: 131) argumenta que a moralidade é necessariamente aporética, uma vez que a proximidade e o cuidado excessivos resultam em repressão, quando a autoridade do outro é retirada e ele é “refundindo como minha criação”¹⁴.

A comunicação deve ser, então, uma ponte para o comum, fundamentada na diversidade – ideia que Silverstone formula a partir do pensamento de Hannah Arendt (2013) acerca do significado de vida pública, em *A condição humana*. Para Arendt, o termo *público* remete a dois fenômenos, relacionados, mas não sobrepostos ou idênticos. Primeiro, *público* refere ao que pode ser visto e ouvido por todos. Somente quando as coisas se tornam aparentes, para além da privacidade e da intimidade, elas assumem a condição de realidade. O aval da realidade do mundo e do homem depende dessa aparência “e, portanto, da existência de um domínio público no qual as coisas podem emergir da treva de uma existência resguardada” (Arendt, 2013: 63).

Segundo, o termo *público* designa o mundo que, como um artefato, é criado pelos homens e estabelecido como um domínio comum em que nos reunimos, ocupando posições diferentes. “A importância de ser visto e ouvido por outros provém do fato de que todos veem e ouvem de ângulos diferentes” (Ibid.: 70). Essa reunião só é possível por meio do interesse em um objeto comum, visto de diferentes perspectivas, por muitas pessoas, o que faz que a identidade dele seja reconhecida na diversidade de enfoques. A realidade do domínio público depende dessa simultaneidade de perspectivas:

Somente quando as coisas podem ser vistas por muitas pessoas, em uma variedade de aspectos, sem mudar de identidade, de sorte que os que estão em volta

12. No original: “Communication can never incorporate the other fully, nor should it aim to”.

13. No original: “a necessary precondition of what it means to be human”.

14. Ver, a esse respeito, o capítulo 4 de *Ética pós-moderna*, de Bauman (1997).

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

sabem que veem identidade na mais completa diversidade, pode a realidade do mundo aparecer real e fidedignamente. (Ibid.: 70)

De forma contrária, o mundo comum termina quando temos dele apenas um aspecto, apresentado sob uma única perspectiva. Nesse caso, tornamo-nos *não públicos*, privados, isto é, privados de ver e ouvir, de, enfim, sentir o outro; e, também, de ser aparentes para esse outro, como se estivéssemos em vida familiar.

A mídia solaparia esse domínio do comum prismatizado não somente pelos já citados modos redutores de representação, mas devido a uma de suas dimensões de poder que opera na constituição de um comum sem arestas, sem os riscos do face a face. Para Couldry, a mídia é um sistema em que confiamos e que nos proporciona o senso de coletividade, quando, por exemplo, compartilhamos um mesmo acontecimento por meio de uma transmissão televisiva. No entanto, como ele ressalta, esse enquadramento do social funciona sem a necessidade de uma real copresença, logo, “a mídia provê uma forma abstrata de união que opera sem alterar a real segregação na sociedade” (Couldry, 2004: 43-44)¹⁵.

Mesmo as tecnologias de rede, que, a princípio, viriam para remediar fragilidades da sociabilidade contemporânea, proporcionam, para Silverstone (2002b), apenas a ilusão de conectividade. Na melhor das hipóteses, elas podem ser vistas como uma forma de “privatização da sociabilidade”, uma vez que são centradas nos indivíduos, em seus estilos de vida e interesses particulares, e com pouco espaço, de fato, para se conviver com a divergência. “A rede centrada no *eu* sobrevive somente enquanto eu existir. Ela possui pouca capacidade para se reproduzir e nenhuma paciência para a luta com a contradição” (Ibid.: 767)¹⁶.

O mundo em que Silverstone escreve é o da internet, porém, o de antes das mídias sociais, as quais, evidentemente, abriram novas possibilidades de expressão do outro e reforçaram, como havia assinalado o autor, o caráter múltiplo das mediações. No entanto, a exemplo de Williams, Silverstone rejeita o determinismo tecnológico e a noção de que a emergência de novos dispositivos altere, por si só, nossa sociedade. De fato, como podemos apreender de polarizações recorrentemente estabelecidas nas mídias sociais acerca de posicionamentos políticos, religiosos, de gênero, diversidade sexual, entre outros, a reticularidade nas comunicações midiáticas não tem eliminado a dificuldade do encontro com o outro, fazendo que, muitas vezes, uma lógica redutora das mídias dominantes também opere nesses ambientes, ainda que não de modo exclusivo, como é, aliás, característico da pluralidade das mediações.

15. No original: “the media provide an ‘abstract’ form of togetherness which operates without altering the actual segregation in society”.

16. No original: “The me-centered network survives for only as long as I do. It has little capacity for reproduction, nor does it have de patience for the struggle with contradiction”.

A redução das diferenças e das contradições apresenta funcionalidade no cotidiano, e, segundo Silverstone, tiramos proveito dela para nos movimentar na complexidade do dia a dia. O elogio que a intelectualidade faz do cotidiano como um espaço para o heterológico e o imprevisível, em que se celebram a criatividade e o lúdico, é, para Silverstone, uma perspectiva marcada pelo “luxo das elites”, pois a vida cotidiana é dura para a maioria das pessoas. “Ambiguidades são ameaças, e não confortos nas lutas materiais do dia a dia” (Ibid.: 763, tradução nossa)¹⁷. A mídia e suas formas de ordenação (por meio de narrativas, gêneros e agendamento) oferecem modos para resolução dessa ambiguidade e, conseqüentemente, meios para aumentar a segurança e criar um grau de conforto. Quando aceitamos, como audiência, esse modo que nos é proposto de engajamento redutor com o mundo, acabamos por nos tornar cúmplices desse midiático.

No estado de dicionário, *cumplicidade* significa tanto a participação em um crime como, de modo mais abrangente e neutro, a colaboração ou parceria na realização de algo. Silverstone (2002b) avança na discussão do termo a partir de um ensaio de George Marcus sobre as relações entre o antropólogo e seus objetos no mundo pós-colonial. Nesse caso, estabelece-se a cumplicidade quando as partes envolvidas reconhecem que estão implicadas em um projeto gerador de conhecimento inadequado, mas, ainda assim, aceitam-no. De modo semelhante, a cumplicidade na cultura midiática se dá a partir do envolvimento de três partes: os sujeitos representados, os produtores e as audiências.

Os sujeitos são cúmplices quando jogam de acordo com as regras, quando aceitam as limitações do gênero, quando falham em reconhecer a impossibilidade e a parcialidade da representação. Os produtores são cúmplices da mesma forma quando falham em refletir sobre as limitações de suas práticas e falham em comunicá-las tanto aos sujeitos como a suas audiências. As audiências são cúmplices na medida em que aceitam acriticamente as reivindicações representativas da mídia e na medida em que o sabido reconhecimento de suas limitações permanece implícito. (Ibid.: 775)¹⁸

A cumplicidade torna-se conluio – um ajuste ou uma combinação inentemente maléfica – quando aceitamos a mediação da mídia sem questionar suas lacunas e incompletudes e fazemos uso dela para negar o outro e construir, assim, um *santuário* do cotidiano, onde vivemos protegidos. Assistimos ao sofrimento do outro por meio da televisão e outros canais midiáticos e acreditamos que essa atenção dispensada é suficiente para assumir responsabilidade em relação a ele e se engajar em sua causa. Na verdade, a mídia quase

17. No original: “Ambiguities are threats not comforts in the material struggles of the everyday”.

18. No original: “Subjects are complicit when they play according to the rules, when they accept the limitations of genre, when they fail to recognize the impossibility, and partiality, of representation. Producers are complicity likewise when they fail to reflect on the limitations of their practice and fail to communicate these both to their subjects and their audiences. Audiences are complicit insofar as they uncritically accept the media’s representational claims and insofar as their knowing acknowledgment of its limitations remains tacit”.

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

sempre não nos convida a aceitar o desafio do outro. Em *Por que estudar a mídia*, Silverstone (2002a: 34) já denunciava esse conluio ao afirmar que, muitas vezes, “usamos os significados da mídia para evitar o mundo, para nos distanciar dele, dos desafios talvez impostos pela responsabilidade e pelo cuidado, para fugir do reconhecimento da diferença”.

Portanto, a proposta de Silverstone é de que a crítica midiática deve passar necessariamente pelo desafio da mediação, o que envolve tanto a análise dos textos midiáticos como também o entendimento dos modos de engajamento, do vocabulário compartilhado, dos gêneros oferecidos a nós cotidianamente pelo jogo de que fazemos parte. Como Silverstone ressalta, se as audiências são ativas, elas são responsáveis por seus atos e pelas formas como se engajam com a mídia, muitas vezes aceitando e relevando as falhas comunicativas dela.

Embora Silverstone não sistematize os elementos para o desafio da mediação, é possível elencar, a partir da leitura de seus textos, alguns caminhos para essa prática. Primeiro, é preciso conhecer e interrogar o contexto e a intenção daquele que inicia a comunicação. Segundo, embora reconheçamos a importância da mediação midiática ou mesmo a impossibilidade de hoje vivermos fora dela, é preciso tanto assumir que ela é necessariamente incompleta quanto evidenciar as estratégias midiáticas atuantes na construção de uma suficiência ilusória na representação do outro. Desafiar a mediação implica identificar e colocar em relevo essas lacunas e os aspectos redutores das formas de representação que atuam no apagamento do outro. Terceiro, não é o bastante, para a recepção crítica, relacionar o que se assiste com a vida imediata; é, ainda, fundamental questionar as regras do engajamento midiático e as regras do jogo que são aceitas quando, por exemplo, assiste-se à determinado programa. Por fim, é preciso conhecer e contestar os gêneros e os diversos cruzamentos entre eles. Refletir sobre o modo como eles se naturalizaram socialmente, reiterando lugares de fala, modelos de representação e formas de participação e engajamento da audiência. Esses são alguns pontos identificáveis no debate de Silverstone acerca da mediação, os quais sugerem que o trabalho crítico deve ser exercido continuamente por meio de um agenciamento no qual devemos nos tornar também responsáveis pela mediação, o que envolve possibilidades de contestá-la ou mesmo de recusá-la.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mediação, no pensamento de Silverstone, pode ser conceituada como um processo essencialmente *transformativo*, resultante de fluxos de produ-

ção, circulação, recepção e recirculação de significados. É um processo *múltiplo* e, portanto, à diferença da mídiatização, não linear, desdobrando-se “em textos primários e secundários” (Silverstone, 2002a: 34), produzidos e materializados nos meios, mas também fora deles. Nesse fluxo, os significados se tornam também fluidos em nossos pensamentos, conversações e interações. Conquanto reconheça o caráter social da mediação, Silverstone nos chama a atenção para o modo como ela se tornou, hoje, dependente das tecnologias de comunicação, que proveem recursos simbólicos para que possamos dar sentido à vida cotidiana e estabelecer nossa conduta com o outro. Por isso, a mediação possui fortes implicações *éticas*. O processo é, por fim, *assimétrico*, uma vez que devemos considerar que o poder de questionar significados produzidos pela mídia hegemônica é distribuído desproporcionalmente dentro de uma sociedade e entre sociedades diversas.

O estabelecimento de uma relação crítica com a mídia deve passar, necessariamente, pelo desafio da mediação, que constitui a comunicação dos meios e que falha no reconhecimento da alteridade e da diversidade. Essa prática se inicia, contudo, pela reflexão como nós, na condição de sujeitos representados e audiências, engajamo-nos com os gêneros e textos midiáticos e fazemos usos deles no cotidiano, principalmente no que diz respeito à nossa conduta em relação ao outro.

A mediação das mídias é fortemente inclusiva devido ao fato de as tecnologias de comunicação terem se enredado no cotidiano, sendo praticamente impossível estar fora dela. Mas muito de sua força reside, também, na capacidade que ela tem de nos confortar por meio de uma simbólica viciada, não provocativa, mas familiar e redutora e que nos ajuda a lidar com a complexidade da vida imediata. Entretanto, como denuncia Silverstone, isso tem muito pouco a ver com comunicação ou com um domínio verdadeiramente público capaz de nos abrir para o desafio que é o outro. Se não podemos, de fato, viver fora dessa mediação, cabe-nos, a todo momento, pensar as relações e as frestas entre o vivido e o representado e reconhecer que, embora necessária, a mediação é inevitavelmente incompleta e não deve ser usada para nos afastar do mundo. ■

REFERÊNCIAS

- ARENDT, H. *A condição humana*. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013.
- BAUMAN, Z. *Ética pós-moderna*. São Paulo: Paulus, 1997.

D

A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone

- BORGES, J. L. Pierre Menard, autor de Quixote. In: _____. *Obras completas*. v. 1. São Paulo: Globo, 1999. p. 490-498.
- BOSI, A. A interpretação da obra literária. In: BOSI, A. *Céu, inferno*. 2. ed. São Paulo: Duas Cidades; Editora 34, 2003. p. 461-479.
- COULDRY, N. *The place of media power: pilgrims and witnesses of the media age*. Nova Iorque: Routledge, 2004.
- _____. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New, Media & Society*, Londres, v. 10, n. 3, p. 373-391, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444808089414>
- ECO, U. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- FLUSSER, V. *Filosofia da caixa preta*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2009.
- JAKOBSON, R. *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix; Edusp, 1969.
- LÉVINAS, E. *Totalidade e infinito*. Lisboa: Edições 70, 1980.
- MARCONDES FILHO, C. *Mediacriticism* ou o dilema do espetáculo de massas. In: PRADO, J. A. (Org.). *Crítica das práticas midiáticas*. São Paulo: Hacker, 2002. p. 14-26.
- _____. Prefácio à edição brasileira. In: LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 7-12.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.
- _____. *A comunicação na educação*. São Paulo: Contexto, 2014.
- SELIGMANN-SILVA, M. *O local da diferença*. São Paulo: Editora 34, 2005.
- SILVERSTONE, R. *Por que estudar a mídia*. São Paulo: Loyola, 2002a.
- _____. Complicity and collusion in the mediation of everyday life. *New Literary History*, v. 33, n. 4. p. 761-780, 2002b. DOI: <http://dx.doi.org/10.1353/nlh.2002.0045>
- _____. The sociology of mediation and communication. In: CALHOUN, C.; ROJEK, C.; TURNER, B. (Eds.). *The international handbook of sociology*. Londres: Sage, 2005. p. 188-207.
- SODRÉ, M. *A antropológica do espelho*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- STEINER, G. *After Babel: aspects of language and translation*. Londres: Oxford University Press, 1975.
- VERÓN, E. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2004.
- WILLIAMS, R. *Television*. Londres: Routledge, 2003.
- _____. *Palavras-chave*. São Paulo: Boitempo, 2007.

Artigo recebido em 30 de abril de 2016 e aprovado em 14 de julho de 2016.