

A MÍDIA E O ACONTECIMENTO: UMA BREVE RESENHA DOS LIVROS *MÍDIA, INSTITUIÇÕES E VALORES* E *ACONTECIMENTOS: REVERBERAÇÕES*

Renato Lopes Pereira¹

Resumo: O livro *Acontecimentos: reverberações* organizado por Vera Regina Veiga França e Luciana de Oliveira, e o livro *Mídia instituições e valores* organizado por Vera Regina Veiga França e Laura Guimarães Corrêa, que foram lançados este ano (2012) são compostos de uma coletânea de textos provenientes do II Colóquio sobre Imagem e Sociabilidade (II CIS) realizado na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em Belo Horizonte entre os dias 18 a 20 de maio do ano de 2011. Os livros trazem reflexões a respeito dos acontecimentos em seus diferentes contextos (midiático, cotidiano, etc.) e importantes contribuições para os estudos sobre mídia.

Palavras chaves: acontecimento; mídia; sociedade; cultura.

Abstract: The book *Acontecimentos: reverberações*, organized by Vera Regina Veiga França and Luciana de Oliveira, and the book *Mídia instituições e valores*, organized by Vera Regina Veiga França and Laura Guimarães Corrêa, which were released this year (2012) are composed of a collection of texts from the II Symposium on Image and sociability (II CIS) conducted at the Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) in Belo Horizonte between days May 18-20 of the year 2011. The books contain reflections about the events in their different contexts (media, daily, etc.) and important contributions to the studies on media.

Keywords: event, media, society, culture.

Na palestra intitulada “A mídia e o acontecimento”, para o lançamento do livros *Acontecimentos: reverberações* (organizado por e *Mídia, instituições e valores*, realizada no dia dezanove de maio de 2012, no Espaço TIM UFMG do Conhecimento em Belo Horizonte, Minas Gerais, a professora e pesquisadora Vera Regina Veiga França (2012), afirmou que o termo mídia pode expressar tanto o espaço quanto o ponto de contato entre sujeitos e dispositivos. A pesquisadora suscita que a mídia e sociedade tem uma relação reflexiva em que:

¹ Pós- graduado em Mídia Eletrônica: Rádio e TV, graduado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, ambos pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH). E-mail: renatodrops@gmail.com

... a mídia não é externa a uma dada sociedade e cultura, mas, justamente é um dos seus eixos articuladores. Da mesma forma, mídia e sociedade não se encontram em uma relação de causalidade (em uma ou outra direção), e sim uma dinâmica de reflexividade: os meios de comunicação “falam” de (refletem) uma sociedade, assim como sua contínua produção discursiva, e a circulação e renovação de representações proporcionadas pela mídia repercutem e atuam na conformação social. (FRANÇA, 2012, p. 8).

Na coletânea de textos que o livro *Mídia, instituições e valores* traz, essa nova perspectiva da mídia é trabalhada por muitos autores dedicados e trazem contribuições importantes para o mundo acadêmico, tanto no Brasil como em outros países. São importantes principalmente porque ainda é possível encontrar pessoas que atribuem uma concepção *mediacêntrica* da comunicação em função da instantaneidade, da versatilidade e interatividade proporcionada pelos aparatos tecnológicos que constituem os meios de comunicação. Por isso, nunca é cansativo recordarmos que os meios de comunicação, como afirma Rudiger (1998), são simplesmente a mediação tecnológica, isto é, “em suas extremidades se encontram sempre as pessoas, o mundo da vida em sociedade” (Rudiger, 1998, p. 17).

A mídia é feita de práticas comunicativas construídas pelos profissionais (seres humanos) que nela atuam, práticas que, por sua vez, estão submetidas a um tempo e um espaço e a cultura de uma sociedade. Ora, o homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado, isto é, ele é herdeiro de um longo processo acumulativo de conhecimento e experiências adquiridas pelas gerações que o antecederam, e, só com manipulação adequada desse patrimônio cultural, que ele constrói inovações e invenções (LARAIA, 2003). Em outras palavras, a mídia existe graças a capacidade do homem de se comunicar e do contínuo processo de construção da vida social que, por sua vez, só é possível mediante ao patrimônio cultural que ele herda e continua a desenvolver. Ela se torna um espaço privilegiado onde a sociedade fala consigo mesma.

O elo entre vida social e mídia, é discutido no livro *Mídia, instituições e valores*, mediante as “indagações sobre as instituições midiáticas, a relação entre a mídia e as instituições sociais, a mídia e os valores, e os valores da mídia” (FRANÇA, 2012, p.8). A mídia é tratada não apenas como um lugar de atuação e visibilidade das instituições sociais mas também como uma instituição que se afirma. O conceito de instituição utilizado no livro deriva dos teóricos Mauss e Durkheim, e em seu sentido largo se dirigem as formas de pensamento e de ação partilhadas por uma sociedade. A instituição não está dissociada dos valores, ao contrário:

Instituição e valores são irmãos siameses, na medida em que o valor normativo da instituição atua apenas se fundado em valores, e as transformações que vêm sofrendo as instituições refletem mudanças e transformações no quadro de valores vinentes em nossa cultura (FRANÇA, 2012).

Na perspectiva de Vera França (2012, p.11) a “vida institucional de uma sociedade não se sustenta, não se transforma senão mediada pelas diferentes práticas e processos comunicativos empreendidos por sua coletividade”. A relação entre os processos e as possibilidades de comunicação midiática e a sociedade traz o questionamento se estamos ou não mais poderosos ou fragilizados pela mídia. Poderosos pois podemos acompanhar o que está acontecendo no mundo por meio de diversos aparatos midiáticos sejam eletrônicos, da rede ou dos impressos em que encontramos um cenário aberto e democrático – há ainda a possibilidade de sermos produtores através do acesso a esses aparatos. Fragilizados pois em primeiro lugar a mídia não está livre da má fé de algumas pessoas, que se utilizam de suas qualidades de forma negativa e em segundo lugar somos soterrados pelas numerosas informações trazidas pela mídia e por isso nem sempre conseguimos assimilá-las. É preciso lembrar, que nem tudo que é dito pela mídia é útil. Um outro problema é que a celeridade e o excesso de informação dificulta os estudos dos acontecimentos na mídia. O acontecimento é uma ocorrência desencadeadora de sentidos, dotado de um poder hermenêutico, capaz de convocar nossa reflexão sobre passado e futuro, e no entanto, quando apropriados pela mídia os acontecimentos despreendem-se da sua forma natural, são recortados e religados nos processos de comunicação midiática, eles passam a ser “fragmentos de um evento réplicas que o descontextualiza, além de ter outras consequências: invalida o horizonte de possíveis que o acontecimento contém e engendra a falência de sentido e experiência” (BABO-LANÇA, 2012, p. 23).

Mídia, instituições e valores é dividido em três partes: uma primeira tratando de assuntos ligados a televisão, uma segunda tratando da redes (internet, mídias virtuais), e uma terceira em torno dos impressos. Os textos que abriga, não se apoiam em determinismos, abordam recortes diversos e discutem questões relativas ao lugar e qual é o papel da mídia em uma sociedade em constante mudança. É uma contribuição importante tanto para aqueles que a estudam sejam eles doutores, mestres ou alunos, como para os próprios profissionais da área que necessitam sempre atualizar seus conhecimentos sobre a dinâmica midiática.

Já no livro *Acontecimento: reverberações*, os autores buscam compreender o acontecimento como momento de ruptura e reorganização, como ocorrência que afeta indivíduos e coletividades que é ordenado através de narrativas, que convoca e constitui públicos específicos, que descortina campos problemáticos e reorganiza a intervenção dos sujeitos sociais. Destinam seu interesse “particularmente sobre duas vertentes: aquela que define o acontecimento como a narrativa do fato e uma segunda que faz a sua crítica, destacando seu poder hermenêutico” (FRANÇA, 2012, p. 8). Em grande parte do livro é possível perceber as marcas do texto de Louis Quéré, *Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento* (2005) – em específico a utilização do conceito de acontecimento formulado por Quéré. Marques (2012), por exemplo, é uma dentre os autores que trabalha de forma clara com este conceito:

O acontecimento pode ser descrito de modo geral, como um fato que

irrompe e atravessa o vivido, trazendo rupturas e descontinuidades para a experiência. A apreensão do acontecimento como fato nos permite localizá-lo no tempo e no espaço e atribuir-lhe uma individualidade e uma narratividade ao relacioná-lo a eventos passados, presentes e futuros. Ele seria o ápice de uma trama causal. Mas a descrição do acontecimento como fato restringe seu entendimento a algo que possui um início um fim, que pode ser observado e descrito, colocado em perspectiva e individualizado. Como destaca Quéré, “o verdadeiro acontecimento não é unicamente da ordem do que ocorre, do que se passa ou se produz, mas também do que acontece a alguém” (2005, p. 61). O acontecimento é um fenômeno que afeta e transforma aqueles que tentam apreendê-lo. Ele requer uma reflexão e chama à uma ação. Mas ele é também o que resulta da própria transformação dos sujeitos. Além disso, o acontecimento “pode ser palco de encontro, interação, confronto e determinação recíproca” (QUÉRÉ, 2005, p. 70). Sob esse viés o acontecimento se configura como um processo que põe em marcha uma transformação, uma ruptura e uma resistência à normalidade, e instaura também um espaço comunicativo – reconfigurando-se e adquirindo outras dimensões e desdobramentos através das interações que acontecem nesse espaço – que reúne aqueles que o experimentam e o interpretam (MARQUES, 2012, p. 143).

O livro é dividido em sete abordagens complementares referente ao acontecimento: acontecimento em sua dimensão pragmatista e heurística; acontecimentos e midiatização do mundo vivido; o acontecimento na vida cotidiana; produção do acontecimento e performance dos agentes, estatutos dos diferentes estatutos públicos dados pelo acontecimento; as marcas do acontecimento no país e em sua população; e por fim, os acontecimentos e movimentos sociais. Esta obra denota que o conceito de acontecimento “abre e fecunda” (FRANÇA, 2012) possibilidades para surgimento de inúmeras pesquisas.



Figura 1: Imagens retiradas das páginas de internet http://grupoautentica.com.br/autentica/acontecimento_reverberacoes/757 e http://grupoautentica.com.br/autentica/midia_instituicoes_e_valores/756.

BIBLIOGRAFIA

CORRÊA, Laura. FRANÇA, Vera. **Mídia, Instituições e Valores**. Editora Autêntica, 2012, 219 p.

FRANÇA, Vera. OLIVEIRA, Luciana. **Acontecimentos: reverberações**. Editora Autêntica, 2012, 382 p.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. 309 p.

LARAIA, Roque. **Cultura um conceito antropológico**. 16° ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003, 113 p.

QUÉRÉ, Louis. **Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento**. Trajectos: revista comunicação, cultura e educação, Lisboa, n. 6, p. 59-57, 2005.

