



Midiatização da sociedade, contramovimentos e os processos de participação cidadã¹

Mediatization of society, countermovements and the process of citizen participation

Carla Negrin Fernandes de Paiva

Palavras-chave: Midiatização; Contramovimentos; Participação Cidadã.

Frente ao contexto em que a midiatização integra a estrutura social de forma a trazer consequências para campos de atuação específicos e a constante relação de influência entre esses e as instâncias midiáticas, esta proposta tem por objetivo refletir sobre a relação entre o processo de midiatização da sociedade e a atuação de contramovimentos e sua influência nas formas de participação cidadã. A intensidade da geração de conhecimento e trocas informacionais vivenciadas na contemporaneidade apresentam a necessidade de discussão acerca das formas de envolvimento social junto a esfera pública em processo de midiatização. Portanto, através de uma abordagem teórica, este estudo irá mobilizar duas perspectivas a respeito de midiatização: a institucional com os principais conceitos desenvolvidos por Stig Hjarvard e a sócio construtivista que compreende esse processo como tentativo e experimental. Posteriormente, apresenta conceitualmente os contramovimentos e suas formas de atuação e realiza a discussão a respeito das instâncias midiáticas e os processos de participação.

¹ Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS.



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Hjarvard (2012) compreende que as diversas instituições necessitam se submeter as lógicas de funcionamento da mídia e, embora esta tenha alcançado certo grau de autodeterminação e autoridade afirmando sua independência, ao mesmo tempo ainda constitui o tecido da sociedade e faz parte do seu funcionamento ao se interpor entre outras instituições. O autor afirma que as mídias mais tradicionais e as digitais oferecem um fluxo de informação que faz com que indivíduos reajustem suas práticas à essa condição contemporânea de institucionalização da vida social.

Em outra perspectiva, Braga (2015) concorda ser inegável a presença de lógicas midiáticas no que compreende por processos interacionais de demais campos, entretanto, o autor considera também os atores sociais que carregam suas próprias lógicas desenvolvidas de acordo com seu contexto social e histórico. Com a participação da sociedade, os indivíduos desenvolvem relações interacionais para os usos dos meios, em especial através da tecnologia, para a difusão e circulação de mensagens que passam a ser ressignificadas. As apropriações tecnológicas e comunicacionais são determinantes na condução de ações sociais e políticas e redefinem a posição dos atores sociais, gerando novas formas de interação entre mídia, instituições e indivíduos a partir dos novos vínculos entre produtores e receptores. Nas relações de produção e recepção, os espectadores não mais são vistos como passivos e a recepção torna-se um lugar de reconhecimento e apropriação de mensagens. (Braga, 2012).

A perspectiva institucional da midiatização a partir da mobilização do pensamento de Hjarvard (2012, 2014), compreende o processo através de transformações estruturais e que acontecem a longo prazo ao expressar a presença de certas lógicas de mídia, através de recursos e regras, conforme os meios de comunicação são acionados para interações sociais. A mídia é, portanto, constituída enquanto uma instituição relativamente independente que permeia o tecido social fazendo com que suas lógicas sejam acionadas e coexistam com demais instituições.

Uma perspectiva diferente é apresentada pelas obras de José Luiz Braga que compreende o processo de midiatização a partir de outra abordagem, focada nas



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

interações e práticas sociais a partir de experimentações e processos tentativos. Seu pensamento perpassa pelas lógicas dos meios, embora considere também atores sociais que carregam suas próprias lógicas. A disputa entre lógicas faz com que elas precisem ser negociadas e repensadas, dinâmica que pode acarretar mudanças para a atuação de movimentos sociais e seus contramovimentos.

Explorar as duas vertentes que compreendem a miatização da sociedade permite abordar as implicações teóricas para pensar participação cidadã e a atuação social inseridas em um contexto de mudanças nas formas de ação através da miatização, além de refletir sobre os caminhos possíveis para mobilizar e organizar agendas. Mídia e sociedade não atuam como campos independentes estabelecendo uma dominação de um sobre outro, pois se estabelecem em uma relação de influência mútua.

A mídia tem atuado como um elemento estruturante de práticas sociais e culturais e, decorrentes de uma nova lógica midiática que sustenta e afeta a dinâmica da própria sociedade, surgem novas formas de sociabilidade. Eventos cotidianos e sociais seguem lógicas como a presença nas mídias sociais digitais para publicização de ações, de forma a construir um espetáculo que garanta a participação através desses ambientes. Atores sociais que atuam na era desse protagonismo midiático constroem-se em torno da exigência da visibilidade pública que é atribuída pela lógica dos meios de comunicação. A partir do tensionamento e uso de tais lógicas, os atores constroem espaços de conflitos e negociações entre os interesses que circulam na esfera social. Desses processos de disputa surgem as estratégias de visibilidade midiática, cujas dinâmicas incluem na agenda pública uma multiplicidade de demandas (Cogo, 2004).

Essa atuação compõe o repertório de ação de contramovimentos caracterizados como movimentos compostos por indivíduos, atores coletivos ou organizações que compartilham das mesmas preocupações e surgem em oposição aos movimentos sociais, portanto, fazem reivindicações concorrentes a respeito de questões sociais e políticas, de forma a disputar a atenção da mídia e da opinião pública (Meyer e Staggenborg, 1996). Movimentos sociais contestatórios não são mais os atores que



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

majoritariamente disputam o espaço público, essa forma passa a ser empregada também por grupos contrários que formam uma rede para expressarem suas insatisfações e compõem um antagonismo no cenário social.

A batalha na busca de mudanças eventualmente travadas entre os atores sociais e a mútua influência em suas estratégias e visibilidade, pode determinar o sucesso de uma cobertura favorável, ou não, na mídia e nos meios de comunicação. A cobertura da mídia tornou-se essencial para garantir o comparecimento na esfera pública para obter reconhecimento e criar espaços de presença a fim de assegurar participação e visibilidade de suas discussões políticas. É através da presença na mídia que um movimento ganha existência pública e garante o conhecimento por parte da opinião pública e a possibilidade de disputa por interesse.

De acordo com Meyer e Staggenborg (1996), cada lado oferece seus slogans para a mídia com o intuito de impor seu próprio quadro simbólico e mobilizar apoiadores. Os autores citam como exemplo um protesto social ou outra atividade de grande visibilidade que pode chamar a atenção e interesse da mídia e colocar a questão na arena pública. Essa atenção pode abrir uma janela política e criar oportunidades de sucesso, entretanto, movimentos sociais que o alcançam são os mais propensos a provocar e gerar contramovimentos. O surgimento de opositores pode, inclusive, ser incentivado pela cobertura da mídia à medida que os jornalistas buscam visões divergentes às reivindicações do movimento para debates e confrontos, por exemplo, gerando oportunidades de maior publicização (Meyer e Staggenborg, 1996).

É pertinente repensar até que ponto a mídiatização contribui para a democratização de discussões de interesse público ou potencializa as contranarrativas que podem ser antipolíticas ou antidemocráticas. De acordo com Couldry (2012) as incitações a participação da política “comum” dão lugar a implicações da política contemporânea que envolvem incitações para participação da “contra-política”, evidenciando o povo como juízes e detentores de vetos. Nesse cenário, a mídia pode contribuir para ações negativas ganharem força e exercer maior pressão em outros



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

atores políticos de forma que o ambiente da mídia digital intensifica essa assimetria. Enquanto a atuação em ambientes digitais permite a colaboração entre diferentes atores pensados para além de um espaço físico, possibilitando novas alternativas de mobilização, é improvável que redes de confiança nas formas políticas participativas se fortaleçam nas mídias digitais devido, por exemplo, a saturação de informações.

Instituições midiáticas estão cada vez mais imersas na vida dos sujeitos, orientando formas de participação e colaboração. Portanto, as atuais dinâmicas comunicacionais influenciam na constituição da sociedade e vida social e no modo como se acessa e produz conhecimento. Os diferentes veículos comportam um grande número de trocas informacionais que são cada vez mais intensificadas e, modificações nas estruturas comunicacionais com a instalação de novas lógicas geram mudanças em diversas esferas, inclusive na prática de participação cidadã. Apesar de manifestações no espaço público ganharem, muitas vezes, destaque no espaço midiático, a sociedade em processo de midiatização viabiliza a construção e circulação de forma viral de mensagens, permitindo ações que estabelecem a constante disputa em torno do tema pautado pelos atores sociais que almejam visibilidade e mobilização.

É um processo caracterizado por Braga (2006) como tentativo e relacionado a experimentação nas formas de comunicação que pode culminar em ações contrárias a civilização e gestos antidemocráticos. Experimentações como discursos de ódio e *fake news* através das *affordances* tecnológicas são exemplos de experiências negativas que se contrapõem às boas práticas e possibilidades através da produtividade e criatividade. De acordo com o autor, é necessário compreender as lógicas internas de tais experiências, boas e más, e fazer uma crítica a elas, ao considerar que o desconhecimento dos riscos da midiatização configura, por exemplo, consequências como a atual situação política mundial e sua polarização (Marcondes, 2022).

Um caminho de investigação da geração de exercícios não previstos se dá, de acordo com Braga (2022), através da compreensão das consequências de exploração da tecnologia disponibilizada que, testada para outros processos interacionais, gera



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

exercícios não previstos ou pretendidos, processualidade caracterizada pelo autor como “invenção social”. São invenções não produzidas pela tecnologia, mas sim por experimentações em circuitos comunicacionais – através de debates, críticas, ações sociais organizadas, etc. Os receptores são vistos como agentes ativos que aumentam a visibilidade a partir de sua atividade na circulação de diferentes conteúdos (Bittencourt, 2015).

As transformações comunicacionais e do social midiaticado podem impulsionar o desenvolvimento de iniciativas participativas na sociedade e, da mesma maneira, possuem o potencial de fomentar processos de desinformações e de credibilidade questionável. O campo mediático já não determina a escolha dos seus interlocutores, visto que é desafiado por outros participantes que visam questionar os padrões estabelecidos nesse campo para promover conversas e interações a partir de suas perspectivas, que anteriormente eram reguladas por outras lógicas. Dependendo do objetivo almejado, os campos sociais criam novas formas e estratégias a partir das tecnologias midiáticas disponíveis, alterando a dominação do seu uso por meio do processo de mediação.

Diante desse cenário, compreende-se que o processo de mediação da sociedade permite que os sujeitos sociais tenham contato com discursos e posicionamentos de forma intensa e instantânea através da circulação de produtos midiáticos em ambientes variados, o que resulta em menor possibilidade de controle e uma diversidade de resultados que podem ser alcançados. Considerando que os atores sociais não têm um dimensionamento preciso desse resultado, eles necessitam negociar com lógicas de forma a estabelecer uma constante relação de influência e disputas de sentido junto a mídia e, dessa maneira, as lógicas de mediação se manifestam na circulação dos conteúdos contestatórios pautados por contramovimentos.

A introdução de tecnologias da comunicação na rotina de cidadãos e ativistas provocou transformações na produção de informações. Diante disso, compreender os processos que possuem a comunicação como suporte para estabelecer o sucesso de uma



pauta social e/ou entraves à organização civil, é um passo na ampliação do escopo sobre relação de mutualismo estabelecida entre mídia e sociedade e os possíveis dilemas estratégicos impostos nas dinâmicas acionadas.

Referências

BITTENCOURT, Maria Clara Aquino. Miatização e circulação nos movimentos sociais em rede: o impacto das tentativas comunicacionais nas relações entre mídia e sociedade. **Comunicação & Sociedade**, v. 37, n. 3, p. 321-342, 2015. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/5208>. Acesso em 22 set. 2023.

BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da miatização? In: FAUSTO NETO, Antonio; ANSELMINA, Natália Raimondo; GINDIN, Irene Lis. (Orgs.). **Relatos de investigaciones sobre miatizaciones**. 1 ed. Rosário, Argentina: UNR Editora, 2015. p. 15-32.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Miatização**. 1 ed. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012. p. 31-52.

BRAGA, José Luiz. Miatização como processo interacional de referência. **Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 5, n. 2, p. 9-35, 2006.

COGO, Denise. Mídia, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, Cicília M. Krohling (Org.). **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004. p. 41-56.

COULDRY, Nick. **Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice**. Cambridge: Polity Press, 2012.

HJARVARD, Stig. Miatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.19828160.v8i1p21-44>

HJARVARD, Stig. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>.



Anais de Resumos Expandidos
VI Seminário Internacional de Pesquisas
em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

MARCONDES, Ciro. A construção comunicacional da realidade. In: FERREIRA, Jairo *et al.* (Orgs.). **Sapiens midiaticizado**: conhecimentos comunicacionais na constituição da espécie. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2022. p. 29-41.

MEYER, David S.; STAGGENBORG, Suzanne. Movements, countermovements, and the structure of political opportunity. **American Journal of Sociology**, v. 101, n. 6, p.1628–1660, 1996.