

Entrevista

Eliseo Verón

Para o professor emérito da Universidade de San Andrés, Argentina, Eliseo Verón, compreender o fenômeno da midiatização implica observar um processo que acompanha o ser humano desde há muito, o que requer, daquele que pesquisa o campo da comunicação, uma consciência cada vez mais transdisciplinar e menos compartimentalizada. O pesquisador conversou, por e-mail, sobre esse e outros assuntos com a **Rizoma**. Verón esteve no Brasil em setembro, quando lançou, durante o Pentálogo IV, em Japaratinga, Alagoas, seu 25º livro: *Semiosis Social 2: ideias, momentos, interpretantes* (Paidós, 2013). A entrevista:¹



Por Demétrio Soster

¹ A entrevista foi realizada em português e respondida em espanhol. Na edição, optou-se por manter perguntas e respostas na língua original em que foram formuladas.



A midiatização, aqui entendida como chave hermenêutica para compreender o atual estágio evolutivo da sociedade, interfere significativamente na relação do homem com seu ambiente, complexificando lugares secularmente instituídos, transformando relações. Nas palavras Antônio Fausto Neto, trata-se, a midiatização, da ascendência de uma determinada realidade que se expande e interioriza sobre a própria experiência humana, tendo como referência uma cultura e lógica midiáticas. Com base nessa perspectiva, e evitando a armadilha do determinismo tecnológico, podemos afirmar que essa “nova” realidade reconfigura o estatuto do humano?

Tenemos primero que ponernos de acuerdo acerca de la escala temporal de la que estamos habelando. Desde mi punto de vista (y este es uno de los temas centrales de mi último libro, *La semiosis social*, 2) la mediatización no concierne solamente el “estado actual de la sociedad”, sino que es un proceso que acompaña la evolución del *sapiens* desde el surgimiento de las industrias líticas. En cada uno de los grandes momentos de esa larga historia, emerge en determinadas comunidades humanas un dispositivo técnico que produce lo que yo llamo un “fenómeno mediático” el cual, en la medida en que esas comunidades “adoptan” el dispositivo, genera una transformación social profunda. Eso pasó con la escritura, con el surgimiento del código, con la imprenta, con la fotografía, con la grabación del sonido, y así en adelante hasta Internet. Entonces, para mí la mediatización no es un fenómeno contemporáneo; somos actores del último episodio de una novela que viene de muy lejos. Ahora bien, en cada uno de esos grandes momentos, la transformación social tiene características específicas y sólo la investiga-

ción histórica nos permite comprenderlas con precisión. Si se me pregunta sobre elementos comunes a todos esos momentos, mencionaría tres. Primero, el carácter *radial* de los ‘efectos’ del dispositivo: esos efectos resuenan en todas las direcciones y afectan niveles muy distintos del funcionamiento social. Segundo, el carácter no lineal del proceso de mediatización, que es un proceso complejo alejado del equilibrio. Tercero, la aceleración del tiempo histórico. De esta aceleración resulta una acumulación cada vez más rápida de fenómenos mediáticos, lo cual tal vez permite comprender la sensación de que la mediatización es un fenómeno de la modernidad o de la contemporaneidad.

A imprensa, e, nela, os dispositivos de natureza jornalística (rádio, televisão, jornal, revista etc.), sempre ocuparam um papel privilegiado em sua relação com a sociedade, uma espécie de centralidade discursiva por meio da qual esta se regulava. Mesmo com a sociedade pós-industrial midiaticizada, essa lógica se manteve com os sites e blogs jornalísticos, por exemplo. Contudo, observamos, com cada vez maior frequência, a emergência de uma nova forma de relação com a sociedade por meio do aparato tecnológico (iphones, ipads, smartphones, celulares etc), que parece potencializar o indivíduo e ofuscar o icônico-institucional. A comunicação possui gramática adequada para interpretar esses fenômenos de natureza pós-moderna ou será preciso pensá-la ainda?

A decir verdad, no creo que los fenómenos de socialidad generados por los dispositivos técnicos a los que alude la pregunta sean fenómenos “posmodernos”. Por el contrario, recuperan (y tal vez exacerban) diversas modalidades tradicionales de vínculo interpersonal, que forman parte de la historia del sapiens. Debo aclarar que para mí un ‘fenómeno mediático’, a través de la materialización de procesos mentales que implica, comporta dos consecuencias básicas: persistencia y autonomía de los discursos. El fenómeno mediático se transforma en un *medio* en el sentido propio del término, sólo cuando el dispositivo técnico se estabiliza a través de modalidades de producción de los mensajes y modalidades de consumo de los mismos. Un medio es, en otras palabras, dispositivo técnico + modalidades de uso. Entre estas modalidades, una fundamental es el *acceso plural a los mismos* mensajes, bajo condiciones socialmente definidas (por ejemplo, tengo que pagar). Es decir, un medio genera discursos en el espacio público. El correo tradicional (A le manda una carta a B) no era un medio. En sus usos clásicos, el teléfono tampoco: en uno y otro caso no hay acceso plural a los mensajes. La novedad crucial de Internet es que el usuario tiene ahora la capacidad de volver público un mensaje privado, controla el “*switch*” entre lo público y lo privado. Pero en sus usos privados, por más *smart* que sea el *phone*, eso no lo convierte en un medio.

Ainda sobre a midiaticização enquanto teoria explicativa da sociedade, posterior, ela própria, à dita sociedade dos meios, podemos pensar

em um “discurso das mídias” nesse cenário, em especial, como apontamos na pergunta anterior, em um momento em que os agentes acabam por se transformar, eles próprios, graças ao aparato tecnológico, em suas mídias?

Creo que la definición que esboqué en mi respuesta anterior acerca de lo que yo entiendo por ‘medio’, permite comprender que los agentes (entendiendo: los actores sociales individuales) no pueden en modo alguno ser considerados medios, por más equipamiento técnico que tengan. El equipamiento está simplemente definiendo las condiciones de acceso a los fenómenos mediáticos. Siguiendo a Luhmann, diría que los agentes (que yo llamo los sistemas socio-individuales) son sistemas auto-referenciales y auto-poiéticos que tienen como *environment* a sistemas y sub-sistemas sociales altamente mediatizados. Los sistemas socio-individuales están permanentemente negociando con la mediatización.

Como o senhor analisa casos como Wikileaks; em termos de Brasil, manifestações provocadas pelos coletivos Fora do eixo e Mídia Ninja, bem como as recentes denúncias de espionagem, via web, por parte dos Estados Unidos em governos do mundo inteiro? O fato de a sociedade estar amalgamada em rede por meio da web implode fronteiras sócio-político-econômica-discursivas, ou, principalmente, reconfigura as que já existem?

Internet implica una mutación profunda de las condiciones de acceso de los actores sociales a los múltiples discursos mediáticos. Implica además, como ya lo señalé, que por primera vez en la historia de la mediatización, los receptores pueden a su vez producir discurso e insertarlo en el espacio público. Los servicios de inteligencia de los Estados democráticos modernos han espiado siempre a los ciudadanos, y han alimentado siempre los mecanismos del secreto respecto de informaciones que se supone no pueden hacerse públicas por “razones de Estado”. Esa vieja historia continúa, y está claro que ahora los gobiernos tienen instrumentos para hacerlo de una manera mucho más eficaz. Hay que denunciar esos procedimientos, que son profundamente anti-democráticos. De todas maneras, la inmensa población planetaria de internautas es, de hecho, incontrolable. Lo cual, me parece, es una buena noticia.

Sua pesquisa tem sido marcada, ao longo das décadas, por uma constante busca por novos horizontes epistemológicos; por considerar, no percurso, a necessidade de diálogo entre os diferentes campos de conhecimentos como forma de compreender a complexidade da sociedade. No que diz respeito particularmente às pesquisas em ciências sociais; e, nelas, em comunicação, como o senhor analisa o atual cenário em termos de América Latina?

Interesarse en la semiosis social supone interesarse en un campo de problemas y no en una disciplina, en el sentido tradicional del término. Me resulta difícil evaluar en qué estado se encuentra, en América Latina, la conciencia trans-disciplinaria en el campo de la comunicación. Lo que pasa es que los procesos de institucionalización (asociaciones nacionales e internacionales de esto o de aquello, federaciones, congresos, facultades o departamentos en las universidades) generan burocracia y grupos endógenos que tienden a cerrarse sobre sí mismos y a promover una conciencia disciplinaria como mecanismo identitario. Esta institucionalización genera estructuras crecientemente pesadas, donde se terminan discutiendo no los objetos que nos interesan, sino los problemas profesionales. Es probablemente algo inevitable. Sin embargo, luchar contra ese movimiento de burocratización es una tarea necesaria y permanente. Desde mi punto de vista, es una de las misiones del CISECO², ese centro de investigación que hemos creado con amigos y colegas en Japaratinga.

² Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (Ciseco). Acesso : <http://www.ciseco.org.br/>