

## A construção social da visibilidade

Adriano Duarte Rodrigues

Universidade Nova de Lisboa

adrodriques42@gmail.com

### Introdução

**F**ORMULEI, há cerca de trinta anos, uma proposta que tem diretamente a ver com o tema deste colóquio (Rodrigues 2001: 137-196). Entendia então que os media constituem um campo próprio e asseguram a visibilidade dos demais campos sociais, no quadro da experiência fragmentada moderna. Considerava que o campo dos media contribui para a mobilização do conjunto da sociedade por parte cada um dos outros campos, tendo em vista a inculcação, a preservação, o fortalecimento da sua ordem de valores própria e, no caso de essa ordem ter sido enfraquecida ou de algum modo posta em risco, o seu restabelecimento. Dava como exemplos de valores constitutivos de campos sociais a vida, a salvação, a defesa do território, a justiça, o poder, o saber. Falava de ordem de valores, porque em cada um dos campos assistimos à instituição de uma hierarquia de posições em função da maior ou menor proximidade com a situação limite em que está em jogo a existência do valor próprio desse campo.

Já me acusaram de não ter referido na minha proposta a teoria dos campos sociais de Pierre Bourdieu. A razão desta ausência reside no facto de eu utilizar o termo campo num sentido relativamente diferente. O termo campo na minha proposta tem um sentido análogo ao que tem na física, enquanto resultado ou efeito da relação criada pela tensão entre dois polos opostos. Parecia-me, por isso, um conceito adequado para sublinhar a natureza tensional que caracteriza a relação que se estabelece, tanto entre os componentes de cada campo, como dos diferentes campos entre si.

A manifestação desta natureza tensional da noção de campo social é particularmente clara, quando temos em conta a distinção que eu fazia na altura entre os seus dois regimes de funcionamento, entre o regime lento e o regime acelerado. Procurava, com esta distinção, dar conta de situações historicamente diferentes. Enquanto o regime acelerado de um campo corresponderia ao funcionamento que podemos observar por ocasião da ocorrência histórica de situações de crise da sua ordem específica de valores, o regime lento de funcionamento de um campo corresponderia ao que observamos fora desses momentos críticos. No primeiro caso, podemos observar a monopolização do campo dos media por parte do campo que tem por função a preservação da ordem de

---

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



valores que se encontra em crise, aumentando nesse caso a visibilidade desse campo. No segundo caso, quando os valores de um campo são assegurados pelo seu funcionamento regular habitual, assistimos a uma espécie de gestão que o campo dos media faz do equilíbrio, sempre instável, dos níveis de visibilidade relativa que tem como função assegurar aos diferentes campos sociais.

Considerava então importante esta distinção. Por um lado, ela permite mostrar o contributo fundamental do campo dos media para a visibilidade dos diferentes campos sociais, a ponto de podermos considerar o campo dos media como o campo da visibilidade por excelência dos outros campos sociais. Por outro lado, ela dá conta da natureza problemática dos processos de negociação permanente que o campo dos media tem que estabelecer, de modo, não só a assegurar a visibilidade relativa dos outros campos, mas também a preservar a sua própria autonomia enquanto campo social. Assim, nos momentos em que um determinado valor corre o risco de ser violado ou posto em causa, o campo social que tem como objetivo a salvaguarda deste valor monopoliza em exclusivo o campo dos media para tornar visível o seu funcionamento, tendo em vista a mobilização dos outros campos sociais em torno da sua ordem de valores. Fora desses momentos, o campo dos media tende a compor com cada um dos outros campos a visibilidade relativa da ordem de valores de cada um, numa relação que podemos considerar de equilíbrio instável. Assim, por exemplo, por ocasião da ocorrência de uma epidemia ou de uma catástrofe natural, como, por exemplo, um terramoto ou um tsunami, assistimos a uma apropriação do campo dos media por parte do campo médico com vista a salvaguardar o valor da vida, tal como, por ocasião da invasão externa, é o campo militar que se apropria do campo dos media para mobilizar o conjunto dos outros campos em torno da preservação do valor da integridade nacional, ou, por ocasião de uma revolução, o campo dos media é apropriado por parte do campo político com vista à mobilização do conjunto dos outros campos em torno da preservação do valor do poder.

Gostaria agora de chamar a atenção para as principais questões a que o campo dos media confere particular visibilidade, nos seus momentos de funcionamento lento, nos momentos em que os valores dos outros campos não estão propriamente em crise. Nesses momentos, é sobretudo às questões fraturantes que o campo dos media confere visibilidade. Dou o nome de fraturantes às questões que, por um lado, se colocam em termos que categorizam referentes para os quais é impossível de determinar fronteiras precisas delimitadoras das categorias com que essas questões são referidas e que, por outro lado, põem em jogo valores que não são da competência exclusiva de nenhum campo social específico. É o caso, por exemplo, das questões suscitadas pela prática relacionadas com o aborto, em que está em jogo a impossibilidade de determinar uma fronteira precisa delimitadora da categoria da vida, por práticas relacionadas com a sexualidade, em que está em causa a impossibilidade de determinar de maneira precisa a fronteira entre as categorias do masculino e do feminino, ou pelas práticas de eutanásia, em que está em jogo a impossibilidade de determinar de maneira precisa a demarcação da fronteira entre as categorias da vida e da morte. É sobretudo acerca de questões desta natureza que o campo dos media constitui o ambiente em que os diferentes campos se encontram e interagem, tendo em vista o confronto das diferentes categorizações propostas por cada um dos campos, assim como a luta de cada um pela apropriação da definição e da gestão dos valores que estas questões põem em causa.

Não vou evidentemente explicitar aqui os diferentes aspetos da minha proposta, porque são amplamente conhecidos pelos que têm seguido o meu percurso. Sinto, no entanto, necessidade

de fazer algumas reformulações, não só por uma razão de oportunidade prática, mas também por razões de ordem teórica.

A oportunidade prática tem a ver com o facto de este momento me parecer particularmente adequado para clarificar aspetos que não costumam ser bem entendidos. As razões teóricas decorrem do facto de ser obrigado hoje a tirar algumas consequências da revisão a que tenho vindo a proceder, desde os anos 90, tanto da noção de comunicação, a partir da pragmática, como da noção de campo dos media, a partir da antropologia. Vou começar por esclarecer estas duas noções, para depois tentar mostrar as suas consequências, tanto para o entendimento da minha proposta, como para a abordagem da questão da visibilidade que é o tema que nos ocupa neste colóquio. Se as minhas propostas se situam hoje claramente na contramão de muitas das concepções que costumam ser aceites sem discussão na nossa área de estudos, diria, como Galileu em 1632, falando da rotação da Terra em volta do Sol: “Eppur si muove”.

### **A natureza antropológica dos media**

Começarei por clarificar a visão dos media que decorre da perspectiva antropológica a que, apesar de já nos anos 80 estar presente na minha proposta, tenho vindo a reconhecer maior relevância e centralidade. Esta clarificação é necessária para desfazer um equívoco muito frequente nos estudos de comunicação, equívoco que consiste em confundir os media com as organizações empresariais, públicas ou privadas, que controlam os jornais, as rádios, as televisões e mais recentemente as redes sociais. A fixação, eu diria até obsessão, dos estudiosos da comunicação pelo funcionamento destas empresas tem, como consequências, não só o esquecimento da especificidade da natureza técnica dos media mas sobretudo a adoção de perspectivas anacrónicas. Esta obsessão provoca o esquecimento de que os media não são empresas nem grupos económicos, mas dispositivos técnicos que asseguram a interação entre as pessoas, independentemente do lugar e do momento em que ela ocorre, dispositivos de que depende ao fim e ao cabo a própria sobrevivência da nossa espécie. Essa obsessão tem efeitos anacrónicos porque impede de ver que a invenção dos media não ocorreu do nosso tempo, mas é tão antiga como a história da nossa espécie.

A obsessão pela confusão dos media com o jornalismo, a televisão e mais recentemente as redes sociais tem, no entanto, um resultado ainda mais importante, o esquecimento de que o primeiro medium é a linguagem, o dispositivo que a nossa espécie teve desde sempre que inventar para poder constituir o mundo ou o ambiente humanamente possível, em que as pessoas se encontram e interagem. Se pararmos para pensar verificamos que só nos recordamos daquilo que ocorreu depois de termos começado a falar, que é só no ambiente criado pela linguagem que acedemos à consciência e que podemos, por conseguinte, considerar a visibilidade humanamente possível do mundo. Os nossos olhos podem provavelmente ver o espectro contínuo do arco-íris, mas é só dos elementos discretos que o sistema da língua recorta nesse espectro que temos consciência, que vemos efetivamente. Os olhos dos esquimós veem provavelmente a mesma neve que nós, mas dão-se conta de muitos fenómenos distintos, para eles inconfundíveis, que nós não vemos de facto porque os agrupamos numa única categoria a que damos o nome de neve. Os falantes de português brasileiro ouvem provavelmente os mesmos sons que os portugueses, mas as vogais mudas que nós pronunciamos são para eles inaudíveis. Os romanos viam certamente as mesmas cores

que nós, mas para eles era invisível a diferença entre o azul e o verde. Os tradutores conhecem bem a impossibilidade de tornar visível aquilo que, no entanto, é evidente na língua original que se esforçam por traduzir.

Uma das desastrosas consequências do esquecimento por parte dos estudiosos da comunicação de que o primeiro e fundamental medium é a linguagem, é o facto de serem levados a inverter a relação da linguagem com os outros media. São levados a pensar que são os dispositivos técnicos mediáticos que produzem a linguagem quando na realidade é precisamente o contrário: são os outros media que realizam tecnicamente ou exteriorizam as diferentes componentes da linguagem. Muitos estudiosos sobre a comunicação, tal como eu próprio durante muito tempo, chegam ao absurdo de falar de discurso dos media, quando, bem vistas as coisas, aquilo que todos os outros media fazem não é mais do que a exteriorização de algumas das componentes do medium da linguagem. Como vemos, quando partimos desta inversão do sentido da relação da linguagem com os outros media, o que estamos a estudar, não são os media, mas questões que decorrem de agendas, quase sempre implícitas, sem sequer nos darmos conta da nossa inevitável dependência do medium da linguagem para podermos formular essas questões.

Para melhor fazer entender a nossa dependência da linguagem vou elencar alguns factos, tanto mais esquecidos quanto mais evidentes. Já referi a relação direta entre a emergência da consciência e o acesso à linguagem e é, por isso, que o estudo os media deveria começar por focar o processo a que alguns antropólogos e sociólogos dão o nome de socialização primária (Berger & Tuchman 1992: 177 e ss.). É durante a primeira infância que interiorizamos o domínio de todos os media possíveis, com a interiorização da língua materna. Deveríamos tomar a sério o facto de as crianças do nosso tempo saberem perfeitamente manipular uma tablete ou um computador desde a mais tenra idade ou, para ser ainda mais preciso, desde que começam a falar. Sem as resistências à mudança das pessoas mais velhas, derivadas dos preconceitos tecnofóbicos da cultura que nós fomos adquirindo ao longo da vida, o que as crianças mostram é que os dispositivos técnicos que encontram à sua volta, logo que adquirem o domínio da língua materna, não são mais do que exteriorizações de componentes do medium da linguagem de que possuem o domínio.

A interiorização dos media ao longo da socialização primária tem a ver com o facto de os seres humanos nascerem em estado fetal. À nascença, os seres humanos perdem a memória do funcionamento dos seus dispositivos naturais, durante um processo que começa antes do nascimento e que se prolonga ainda durante algumas horas depois do nascimento. É deste esquecimento que decorre a total dependência dos seres humanos da interiorização dos media, desta modalidade específica de tecnicidade que tem a particularidade de ser interiorizada no organismo e de, por isso, não nos darmos conta do seu funcionamento. Podemos dizer com propriedade que os media são os dispositivos técnicos que nos permitem adotar os comportamentos apropriados a cada circunstância e, no entanto, só os podemos adotar se e enquanto não nos dermos conta de que os adotamos.

Como estamos a ver, os media não surgiram no nosso tempo; são tão antigos como a nossa espécie, visto ser deles que depende, não só a nossa sobrevivência, mas também a possibilidade de a nossa espécie povoar todo o planeta. Enquanto as outras espécies estão habilitadas a sobreviver num território concreto, a nossa espécie não vem ao mundo habilitada a sobreviver em nenhum território concreto, mas tem que inventar o seu próprio ambiente. A função dos media é constituir

os ambientes em que coletivamente decidimos viver. É por isso que sou levado a desconfiar de que a tendência a criticar sistematicamente os media é um sintoma da dificuldade de os seres humanos aceitarem a sua condição específica. Gilbert Simondon falava de uma espécie de doença da nossa espécie, a tecnofobia, que consiste na dificuldade de aceitar que os media são a face técnica da cultura que tem que inventar para sobreviver (Simondon 1989). Eu diria que esta tecnofobia é reflexo de um mito, de uma espécie de nostalgia do paraíso perdido da visibilidade imediata do mundo, que muito provavelmente nunca terá existido.

Os diferentes media decorrem, por conseguinte, de um processo histórico sociogenético que tem vindo a explorar ou a exteriorizar tecnicamente as diferentes componentes do medium da linguagem. O que é a escrita se não a exploração da componente verbal da linguagem, a partir da invenção da técnica que permite fixar graficamente a estrutura digital ou binária do sistema fonémico? É um grave anacronismo, que podemos ler em muitos estudos de comunicação, o de pensar que o digital é uma invenção do nosso tempo. Para ter sido possível inventar a escrita alfabética, os nossos antepassados tiveram que descobrir, há mais de cinco mil anos, a natureza digital do próprio sistema fonémico da língua, um processo racional de observação e estruturação da linguagem, decorrente da sua análise meramente formal, processo eminentemente característico da experiência moderna.

Para evitar eventuais equívocos, permitam que esclareça que, quando falo do medium da linguagem não me estou de maneira nenhuma a referir às palavras que proferimos quando falamos nem às regras sintáticas que regulam o seu agenciamento em frases. Esta é uma visão redutora muito frequente da linguagem. Estou-me a referir ao dispositivo que interiorizamos na primeira infância e que nos habilita a adotar os comportamentos interacionais apropriados às diversas circunstâncias em que nos podemos encontrar ao longo da vida, comportamentos que consistem na produção de enunciados. O medium da linguagem é este dispositivo interiorizado que nos habilita a produzir, não frases ou proposições, mas enunciados, isto é, comportamentos discursivos apropriados a cada uma das situações interacionais da nossa vida. Se observarem com atenção o que se passa com as crianças, poderão verificar que, antes de começarem propriamente a falar, começam a gesticular e a adotar comportamentos cada vez mais parecidos com o que as pessoas adotam quando falam entre si. É hoje praticamente consensual considerar que a interiorização da língua materna acompanha a interiorização da mímica e da gestualidade adequadas à atividade enunciativa, se é que não é mesmo precedida por essa interiorização.

Do dispositivo da linguagem faz, por conseguinte, parte inseparável todo o conjunto de manifestações apropriadas que se manifestam, não só nas palavras que utilizamos, mas também nos gestos, na mímica e inclusivamente nos silenciamentos que adotamos sequencialmente ao longo das interações sociais em que nos envolvemos. Mas nem sequer é ao conjunto desta materialidade que dou o nome de linguagem. É ao processo que nos leva a utilizar os recursos da linguagem de maneira apropriada em cada um dos ambientes em que reconhecemos mútua e reciprocamente a presença de outras pessoas como parceiros de troca da palavra. Já estamos a ver que é neste sentido que a linguagem é o dispositivo ou o medium que constitui o ambiente de toda a visibilidade humanamente possível, visibilidade que é indissociável de toda a experiência humanamente possível do mundo.

Poderão alguns leitores atentos deste meu texto, perguntar como posso então estabelecer uma estreita relação entre a constituição do campo dos media com a experiência moderna, uma vez que faço remontar ao princípio da humanidade o aparecimento dos media. Se a linguagem é o medium por excelência de constituição do nosso mundo como é possível que a sua invenção decorra da experiência moderna? Esta pergunta pressupõe uma leitura equivocada da proposta que eu fazia nos anos 80. Quando falava da relação do campo dos media com a experiência moderna não me estava de maneira nenhuma a referir a uma época histórica concreta, em particular à época a que os historiadores se habituaram a dar o nome de moderna. Estava-me a referir à experiência moderna, a uma modalidade específica de racionalidade que pode ser observada no comportamento das pessoas em qualquer época e em qualquer sociedade.

O que caracteriza a experiência moderna é o processo de ruptura para com a racionalidade tradicional, ruptura que podemos encontrar em todas as épocas e em todas as sociedades. Esta ruptura é de fato indispensável para que ocorra a invenção de uma modalidade específica de técnica materializada nos objetos técnicos a que damos o nome de dispositivos técnicos ou de media. Não admira que os autores que confundem a experiência moderna com a época moderna sejam também os que associam os supostos novos media com o advento da pós-modernidade e que pensam que este processo é característico do nosso tempo. A minha demarcação em relação a estas leituras corresponde a um gesto de denúncia da sua natureza anacrónica, redutora e etnocêntrica. Os exemplos que já, nos anos 80, dava dos momentos de modernidade recuados da história e o que acabei de dizer acerca da invenção da escrita dispensam-me agora de me alongar mais sobre esta questão.

### **A natureza pragmática da comunicação**

Sobre a fundamentação antropológica do campo dos media creio que disse o suficiente. Vou agora proceder à reformulação da noção comunicação. Esta reformulação tem a ver com a minha demarcação, tanto em relação à visão idealista, como em relação à visão materialista, que continuam a contaminar negativamente muitos estudos sobre a comunicação. Ambas estas visões são reféns de uma concepção essencialista ou reificada, patente no uso das metáforas da transmissão, da partilha, da mensagem e do conteúdo, metáforas que costumamos encontrar em muitos trabalhos da nossa área. Idêntica demarcação pode ser encontrada, por exemplo, nas críticas que Dan Sperber e Deirdre Wilson também fazem a estas metáforas (Sperber & Wilson 1989).

As razões que me levaram, primeiro a desconfiar e, depois, a me demarcar claramente da utilização destas metáforas têm a ver com o facto de ignorarem que a comunicação não é um objeto, mas uma atividade social ou, se preferirem, um encadeamento de comportamentos sociais, comportamentos realizados por dois ou mais seres humanos que se encontram num determinado ambiente constituído por um medium e que se reconhecem mútua e reciprocamente como parceiros de troca simbólica. É a esta reformulação que dou o nome de concepção pragmática da comunicação.

Se observarmos atentamente o que se passa quando as pessoas interagem entre si, quer face a face quer em ambientes tecnicamente constituídos, podemos facilmente dar-nos conta de que a comunicação não é nenhuma transmissão nem nenhuma partilha de mensagens nem de conteú-

dos. Quando interagimos uns com os outros não transmitimos ideias, sentimentos ou histórias; o que fazemos é adotar comportamentos que produzem enunciados que levam as outras pessoas a inferir as ideias, os sentimentos ou as histórias que provavelmente lhes pretendemos comunicar. A atividade discursiva é, por conseguinte, a atividade que habitualmente adotamos para levar as outras pessoas a inferirem o que lhes pretendemos comunicar. Os enunciados que produzimos não são recipientes que contêm as nossas ideias nem os nossos sentimentos nem as histórias que comunicamos. As nossas ideias, os nossos sentimentos e as histórias que enunciamos não saem da nossa mente, tal como as ideias, os sentimentos e as histórias que as pessoas compreendem não são os nossos, mas os que as pessoas com quem interagimos concebem, a partir da interpretação dos enunciados que produzimos quando interagimos com elas. Se transmitíssemos ao nosso dentista a dor de dentes que lhe comunicamos, então o dentista teria que passar a sentir a nossa dor de dentes. Se observarmos com atenção o que se passa, depressa nos damos conta do absurdo que é falar da comunicação como transmissão de mensagens ou de análise de conteúdo dos discursos.

Não tenho aqui tempo para aprofundar todos os aspetos que decorrem da natureza pragmática da comunicação. Gostaria, no entanto, de retirar dela algumas consequências para o equacionamento das questões colocadas pela temática do nosso colóquio. A mais importante tem a ver com o facto de a visibilidade ser inevitavelmente o resultado do trabalho de construção dos referentes das materialidades utilizadas na atividade comunicacional, trabalho que é realizado pelas pessoas que se reconhecem como parceiros de interação e que estão presentes no ambiente constituído por um determinado medium.

O trabalho de construção da referência é inevitável qualquer que seja o ambiente em que ocorra a atividade comunicacional. Nas interações face a face, a visibilidade das pessoas, dos acontecimentos e das coisas resulta desse trabalho realizado em conjunto por todos quantos tomam parte na atividade comunicativa. Reparemos que a visibilidade dos referentes é independente da existência real dos objetos referidos. É do trabalho de construção em comum dos referentes dos enunciados, e não da sua existência real, que decorre a sua objetivação. É muito importante ter presente que os referentes dos enunciados não são objetivos, mas que se tornam objetivos pelo facto de resultarem do trabalho de objetivação realizado em conjunto por todos quantos tomam parte na atividade comunicativa. Na minha mente, as ideias e os sentimentos são inevitavelmente subjetivos; tornam-se objetivos a partir do processo de objetivação levada a cabo pelo trabalho de referência de cada vez que os enuncio, em conjunto com todos quantos encontro num determinado ambiente criado por um medium.

Vejam os em que consiste a relação do trabalho de elaboração da referência dos enunciados com a sua visibilidade. Se alguém me perguntar onde é que eu estava quando redigi este texto, posso dizer, entre outras coisas, que estava diante de uma foto dos meus filhos, sentado à minha secretária, na minha sala, em casa, em Lisboa, em Portugal, na Europa. Todas estas respostas podem ser verdadeiras ao mesmo tempo. Mas será que posso mesmo dar sempre qualquer destas respostas? É claro que não. Depende daquilo que eu considero relevante para aquilo que está em jogo para a relação com a pessoa que me faz a pergunta e no local em que ela está no momento em que me faz a pergunta. Se a pessoa que me colocou a pergunta for, por exemplo, o meu vizinho que encontro todos os dias de manhã quando vou ao ginásio, será muito estranho que lhe responda, por exemplo, que estava na Europa ou em Portugal. Mas se a pergunta me for colocada por um colega

brasileiro que encontro no ambiente do Skype e que sabe que eu costumo viajar regularmente, poderá aceitável dizer que estava em Portugal. Como podemos ver por exemplos tão simples como este, a visibilidade é o resultado de um trabalho social, realizado em comum por todos quantos tomam parte na atividade comunicativa.

Gostaria agora de mencionar um dos mais notáveis dispositivos que as pessoas utilizam para construir a referência dos enunciados. Harvey Sacks designou-os como dispositivos de categorização de membro (DCM) (Sacks 1992). Para ilustrar este fenómeno, Sacks dava como exemplo o que acontece quando estamos com alguém e encontramos uma pessoa nossa conhecida que queremos apresentar à pessoa que está conosco. Não vamos evidentemente relatar em pormenor todos os elementos de identificação e do curriculum vitae dessa pessoa. Como vamos então escolher de entre as diversas maneiras de a apresentar? Imaginemos que se trata de um jovem, André, que mora no meu prédio, namorado da Filipa, estudante de comunicação, natural da Covilhã, jogador de Râguebi, membro de um clube desportivo, filiado num determinado partido político, que tem como hobby a pintura, etc. Será que posso referir todas estas categorias na apresentação do meu amigo. Se o fizer, a pessoa a quem a apresento deverá certamente achar muito estranho o meu comportamento e não deixará de se interrogar acerca da razão que me levou a adotá-lo. O que o meu interlocutor espera é que eu escolha uma categoria que seja relevante para a relação que tem comigo e com a que eu espero que ele tenha com a pessoa a quem estou a apresentar o meu amigo.

Os processos de constituição da referência dos enunciados e a mobilização dos dispositivos de categorização são constitutivos daquilo a que dei o nome de objetivação. Nunca é demais insistir, sobretudo perante estudiosos da comunicação, no facto de que a objetividade não se contrapõe à mentira ou à falsidade, mas à subjetividade, isto é, ao que Henri Bergson e depois Alfred Schutz davam o nome de fluxo da experiência. Estamos mergulhados no fluxo da experiência subjetiva em permanência; é ele que nos arrasta do passado para o futuro, mas não nos damos conta desse fluxo, só podemos tornar visíveis ou referir componentes que recortamos no presente através do processo de objetivação, falando dele, enunciando-o. (Schutz 1967). Nunca nos devemos por isso esquecer de que a objetividade é o resultado do trabalho de elaboração da referência levado a cabo por todos os que participam na atividade comunicativa. Neste sentido, mesmo enunciados mentirosos resultam de um trabalho de objetivação daquilo a que se referem. Reparemos que os enunciados poéticos, que se referem, por exemplo, a sereias, a lobisomens ou a entidades imaginárias, são tão objetivos como os que se referem a um terramoto ou à identidade profissional da pessoa que eu encontro. A objetividade não existe, por conseguinte, para os seres humanos fora da linguagem que utilizam para referir pessoas, coisas ou acontecimentos, no quadro das interações que estabelecem uns com os outros num determinado ambiente criado por um medium. Quando vamos ao cinema, entramos no ambiente criado pelo medium cinematográfico, no qual aceitamos interagir com o cineasta que objetivou as cenas que nos são dadas a ver; dessa interação decorre a objetivação de personagens, de coisas e de acontecimentos com as quais interagimos, apesar de, quando saímos da sala de cinema, não esperarmos evidentemente os reencontrar no mundo a regressamos.



## Conclusão

Vou agora tentar resumir e sistematizar as consequências que o entendimento antropológico dos media e a perspectiva pragmática da comunicação têm para a clarificação da proposta que fazia nos anos 80 assim como para o equacionamento da temática da visibilidade que nos ocupa particularmente neste colóquio. Estes dois aspetos estão interligados.

A primeira consequência parece-me óbvia; consiste em recusar a ideia muito frequente de que é, no nosso tempo, que a visibilidade se torna mediática. A visibilidade foi desde sempre mediática, porque só nos damos conta de que vemos aquilo que decorre do trabalho de referência dos enunciados que elaboramos em conjunto no ambiente criado pelos media e, antes de mais, pelo medium da linguagem. Creio que ficou claro que os seres humanos estão completamente dependentes da constituição mediática do seu ambiente ou do seu mundo. Da multiplicidade de dispositivos mediáticos constitutivos do ambiente em que ocorre a atividade comunicacional decorre a heterogeneidade das modalidades de objetivação e, por conseguinte, da visibilidade. Quando alguns estudiosos da comunicação enfatizam a visibilidade provocada pela televisão ou pelas redes sociais tendem a esquecer ou, pelo menos, a subalternizar outras formas de visibilidade noutros ambientes e, deste modo, esquecem-se de que também as outras formas de visibilidade decorrem do trabalho realizado em comum pelas pessoas ao mobilizarem outros dispositivos para construírem o seu mundo comum.

A natureza da visibilidade das coisas, dos acontecimentos e das pessoas que reconhecemos no ambiente face a face é inevitavelmente diferente da que as pessoas têm no ambiente constituído pela escrita, pelo telefone, pela radiodifusão, pelas redes sociais. Antes de mais, porque a visibilidade construída nas interações face a face não desaparece com nem é substituída pelas outras formas de visibilidade. Ao contrário do que muitas vezes se diz, nos ambientes criados por dispositivos diferentes dos ambientes face a face a visibilidade é da ordem da *representação*, não do conjunto das componentes da experiência objetivada, mas apenas de algumas das que estão presentes na comunicação face a face. Tal como muito bem Platão já no *Fedro* mostrava, ao comparar a relação entre a escrita e a fala com a relação entre as coisas e a pintura, cada um dos dispositivos técnicos mediáticos só pode representar as componentes que seleciona.

Pelo facto de os diferentes media tornarem visíveis representações das componentes da linguagem não são as pessoa ou os objetos ou os acontecimentos que são visíveis nos ambientes constituídos pela escrita, pelo telefone, pela rádio, pela televisão ou pela internet; é a antes a representação técnica da sua voz, dos seus gestos, da sua mímica, da sua aparência que é visível nesses ambientes. Podemos, por isso, considerar que quanto mais as invenções técnicas procuram aproximar a comunicação constituída nesses ambientes da comunicação face a face mais se cava o fosso entre a natureza da visibilidade no ambiente face a face e a sua representação tecnicamente mediatizada.

Esta natureza paradoxal da visibilidade mediática tem como consequência a crítica dos que pensam que a visibilidade mediática está a sobrepor-se à ou a substituir as outras formas de visibilidade e que no nosso tempo só existiria aquilo que está representado nos ambientes constituídos pelos dispositivos técnicos. É um juízo apressado contrariado pela simples observação dos fenómenos comunicacionais da vida quotidiana e que confunde as eventuais manifestações patológicas

autistas com os comportamentos habituais. A representação no ambiente televisivo ou nas redes sociais tem certamente muita importância tanto para as interações que se realizam nesse ambiente como para a sua relação com outros campos sociais, mas não esgota de maneira nenhuma a importância da presença face a face constituída pelo medium da linguagem nas diferentes situações da vida.

Os estudos que reduzem a visibilidade das pessoas, das coisas e dos acontecimentos à sua representação técnica partem de pressupostos equivocados e, no mínimo, redutores que decorrem daquilo a que dou o nome de “efeito raposa”. La Fontaine, com toda a clarividência que lhe reconhecemos, escreveu uma fábula a que deu o nome “A raposa e as galinhas da Índia” e que termina com a seguinte sentença:

Demasiada atenção prestada ao perigo  
Faz com que acabemos por nele cair.

É este efeito, a que dou o nome de “efeito raposa”, que reconheço em muitos estudos que centram de tal modo a sua atenção nos discursos da imprensa, da radiodifusão e das redes sociais que acabam por nos fazer crer que, no nosso tempo, é apenas nestes ambientes que as pessoas têm visibilidade. Curiosamente são também estes mesmos estudos que habitualmente consideram que toda a história da humanidade foi como que absorvida ou engolida por estes dispositivos e que, por isso, todos nós teríamos entrado numa espécie de limbo, armazenados na dispensa da raposa pós moderna. Mais: uma vez armazenados na dispensa dos ambientes criados por estes media, teríamos ficado libertos de qualquer compromisso, da obrigação de construirmos em conjunto localmente o nosso mundo comum.

Quais são então as consequências para a proposta que elaborei nos anos 80 acerca do campo dos media A consequência mais importante é o fato de ter vindo a desviar o meu olhar para o fixar cada vez mais na maneira como as pessoas mobilizam, no decurso da sua vida quotidiana, os dispositivos interacionais de que são dotadas. Ao longo destas últimas décadas aquilo que entendi por campo dos media tem vindo a dissolver-se ou a mergulhar naquilo que poderia hoje designar como o domínio das interações que as pessoas estabelecem entre si no quadro da vida quotidiana. É nesses fenómenos aparentemente banais que tenho vindo a descobrir, ao mesmo tempo, a fonte e as componentes da vida social e da lógica tensional que reconhecia já nos anos 80 ao funcionamento dos campos sociais. Tenho dedicado cada vez mais atenção à lógica que regula esses fenómenos, revisitando os clássicos do pensamento sociológico. As obras que continuam a oferecer os fundamentos sociológicos para a identificação desta lógica ambivalente e tensional continuam ainda hoje a ser *As Formas Elementares da Vida Religiosa* que Emile Durkheim publicou em 1927 e o *Ensaio sobre a Dádiva*, publicado em 1923 e 1924, em *Année Sociologique*, por Marcel Mauss.

### Referências bibliográficas

Berger, P. & Luckman, T. (1992). *La construction sociale de la réalité*. Paris: Méridiens – Kincksick.

- Bergson, H. (2007). *Essai sur les données immédiates de la conscience*. Paris: PUF, Quadrige (original: 1927).
- Durkheim, E. (1991). *Les formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie*. Paris: Librairie Générale Française, Le Livre de Poche (original: 1912).
- Mauss, M. (1995). *Essai sur le Don. Sociologie et Anthropologie*. Paris: PUF, Quadrige (original: 1923-1924).
- Rodrigues, A. D. (2001). *Estratégias da comunicação*. Lisboa: ed. Presença, 3ª edição.
- Sacks, H. (1992). *Lectures on conversation*, vol. 1. Oxford: Blackwell.
- Schutz, A. (1967). *The phenomenology of the social world*. Northwestern University Press.
- Simondon, G. (1989). *Du mode d'existence des objets techniques*. Paris: Aubier.
- Sperber, D. & Wilson, D. (1989). *La pertinence. Communication et cognition*. Paris: Minuit.