

Mediações contextuais: uma aproximação à crise da comunicação na Venezuela e suas implicações na constituição das audiências⁸¹⁸².

Daisy D'Amario

Tradução: Alejandro R. Maldonado Fermín

Resumo: Durante os últimos quase 20 anos do processo político que vive a Venezuela, têm se produzido mudanças objetivas no campo da comunicação e têm se, também, intensificado as experiências e os aprendizados culturais sobre a mídia. Partindo desse pressuposto, neste artigo se argumenta que os públicos não somente estariam marcados pelos muito importantes referentes políticos que operam na organização de boa parte da vida cotidiana venezuelana, mas que o contexto histórico político nos que aqueles referentes têm se produzido, bem como a dimensão comunicacional deles, deram maiores graus de objetivação e reflexividade à relação que as audiências constituem com a mídia.

Palavras chave: mediações contextuais, mídia, audiências, contexto histórico político, Venezuela.

Introdução

Segundo uma reconstrução da radionovela na Venezuela de Lunaidy Benítez, na década de 1940 do século passado houve uma chamada de *Comedia Santa Teresa*, que fez um convite nos jornais ao casamento dos personagens principais como parte da estratégia de promoção que a *Broadcasting Caracas* fazia daquele programa (BENITEZ, 1984, p. 32). O relato do acontecido indica que, antes do meio dia daquele dia no que aconteceria a boda, na sede da rádio tinham recebido flores, jogos de pratos e panos de mesa dos radioescutas caraquenhos. O público, segundo o próprio escritor da radionovela, enviou presentes aos noivos da *Comedia* por que “acreditava naquilo... tínhamos-lhes transmitido uma boa mensagem” (Depoimento de Alfredo Cortina *apud*. BENITEZ, 1984).

⁸¹ Artigo originalmente publicado sob o título: Mediaciones contextuales: un bosquejo de la crisis de la comunicación en Venezuela y sus implicaciones en la constitución de las audiencias. **Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación**, Caracas, n. 156, 2011, p. 30-35. Disponível em <http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2011156_30-35.pdf>.

⁸² Nota do tradutor [N.T.]: Embora tinha sido publicado em 2011, quando já podia se falar de pouco mais de uma década de Hugo Chávez no poder na Venezuela, e que as contextualizações respondem àquilo que estava acontecendo naquele país, acredito que uma leitura atenta deste artigo permite identificar elementos comuns da “questão midiática” em vários países de nossa região. Nesse sentido, uma mirada atenta ao acontecido na Venezuela nos anos anteriores à presidência de Nicolás Maduro a partir de 2013, permite ter elementos de contexto que dão luzes para uma melhor explicação da grave crise econômico-política naquele país. E, talvez, com a leitura deste artigo, possa ser possível pensarmos o futuro das democracias em América Latina. Agradeço à autora pela gentileza na revisão da tradução do seu artigo. Também à equipe da Revista Perspectivas Sociais do PPG em Sociologia da UFPel, pela abertura a receber esta contribuição.

Se compararmos essa credulidade e relação de confiança entre os públicos e as mídias – equivalente à reação das pessoas diante da conhecida narração do Orson Welles sobre a invasão dos extraterrestes – com as características que exhibe o público venezuelano contemporâneo, é fácil darmos conta de que, em menos de um século, com mídias massivas como a rádio e a televisão, esse público tem mudado radicalmente.

Dentre o conjunto de exemplos que poderíamos citar, encontra-se um agradecimento à mídia que foi realizado numa entrevista jornalística ocorrida no meio de um conflito penitenciário venezuelano. Naquele conflito, os familiares dos detentos em *El Rodeo II*⁸³, realizaram vários protestos com o intuito de ganhar cobertura midiática nacional e internacional, para denunciar a intervenção governamental naquele centro de reclusão (MATHEUS, 2011). A entrevistada, uma das familiares que fazia da porta-voz dos presos que se resistiam à autoridade e, além disso, que foi a testemunha que observou logo o cumprimento dos acordos que levaram ao fim da crise, diante das câmeras da TV e olhando aos repórteres que a cercavam, dizia: “estamos muito agradecidos convosco, certo? Por que sem vocês não teríamos alcançado o que obtivemos e, vocês, sem nós, também não” (MATHEUS, 2011).

Numa microanálise dessa intervenção cabe destacar, em primeiro lugar, a ideia de que *sem a mídia não teria sido possível alcançar o que os atores sociais esperavam* como um depoimento de um regime de visibilidade mediada (THOMPSON, 2005) ou midiaticizada, que cada vez faz mais parte dos acontecimentos sociais e políticos, da luta e dos modos de vida das pessoas. A mídia permite à ação política superar os limites estreitos da co-presença e da interação imediata entre os indivíduos para chegar até o público massivo nas suas diversas temporalidades: as pessoas fazem protestos; querem anunciar comunicados ou posicionamentos, denunciar situações; e, esperam, então, que a mídia, especialmente a TV, estejam aí onde elas estão, ou que pelo menos transmitam aquilo que esses atores sociais registram com seus próprios equipamentos pessoais de comunicação – telefones celulares. Com muita frequência uma manifestação social, um protesto, não começa até chegar a mídia. Também, com frequência, os eventos ou depoimentos se interrompem, acabam mais rápido ou são cortados abruptamente porque os repórteres retiraram os microfones e as câmeras da cara das pessoas. Aliás, os repórteres, amiúde, encerram a reportagem ou o passe ao vivo, falando de frente às câmeras, mas sem se afastar o suficiente da cena para que o evento transcorra

⁸³ Nome de um dos recintos penitenciários localizado na região central do país, estado Miranda, que faz parte de um complexo de presídios de gestão centralizada que possui diferentes níveis de segurança. No entanto, como é recorrentes nos presídios venezuelanos há várias décadas, esse estabelecimento está superlotado e é controlado por fações criminosas. Daí que seja fundamental a leitura da cronologia feita por Matheus (2011).

com normalidade. A comunicação midiática impõe em boa medida suas próprias regras de produção e circulação de mensagens às práticas sociais e políticas (THOMPSON, 2005). E é precisamente essa presença cada vez mais indispensável da mídia o centro da referência daquela mulher quando manifesta o seu agradecimento: foi importante que a mídia dera seguimento ao conflito penitenciário.

Em segundo lugar, eis, aí, outra coisa importante: a mulher *verbaliza* – diante das câmeras – um agradecimento à mídia, *faz um reconhecimento* de/a ela. Isso implica em formas de conhecimento e reflexividade social sobre a capacidade da mídia para incidir na realidade e fazer acontecer algumas coisas. Essa representação da mídia não tem sido sempre assim, em boa medida pela concepção moderna da autonomia dos acontecimentos humanos e dos sujeitos sociais – a mídia não era vista como fator condicionante ou decisivo ora da produção, ora do sucesso da ação humana. Parte dessa desconsideração se deve a que, nos séculos passados, os atores e os seus eventos não aguardavam nem contavam com a presença da mídia, menos com uma cobertura do tipo da que se faz no presente. Mas também porque a mídia era concebida como um veículo da Ilustração, para informar, e nada mais do que isso. No entanto, a mulher porta-voz tem consciência de que a mídia incide na realidade. É também uma forma de crença distinta à da audiência da radionovela – a questão não é mais que aquilo que transmite a mídia seja verdade ou que sejam nossas interações *reais* normais, mas o fato de que a mídia possui capacidade para produzir acontecimentos. Trata-se de uma consciência do seu poder.

Para além dessa espécie de confirmação social da tese da visibilidade mediada e da possibilidade de que esse tipo de visibilidade seja tido como possível pelos próprios atores sociais e não apenas para os pesquisadores, há outra questão – a mulher, após agradecer à mídia, agrega que *a mídia sem elas, as manifestantes, não teria alcançado nada também*. Para nós, isso alude a duas coisas: a) à forma como a mídia fez a cobertura das ações protagonizadas pelos familiares dos detentos, o que implica um conhecimento das atividades da mídia em termos puramente comunicacionais, de ser objeto de construção político-midiática. Isto é, de serem representados na mídia de uma determinada maneira, a do descontentamento, a dos protestos, a da indignação social; e de que essas maneiras de representação são legitimadas, assim, midiaticamente; e, b) concomitantemente, a mídia tem também intencionalidades autônomas por trás dessa maneira de construção midiática, ou seja, é um reconhecimento de que a mídia tem seus próprios interesses. Em conjunto, ambas as alusões levam-nos a uma compreensão social do comportamento da mídia em diversos planos.

Se pensarmos que a mulher entrevistada, embora seja protagonista das matérias da mídia, é antes de tudo uma parte do grande público, cabe perguntarmos: como é que tem acontecido essa mudança da audiência? Como é que passamos de uma mirada *naif* do lugar da mídia nas nossas sociedades, ou seja, de um modo de recepção confiada, a essa outra mirada, senão crítica, bastante realista do que faz a mídia? Como é que se desenvolveu esse sentido instrumental da ação para com a mídia por parte dos sujeitos sociais? E como é que essa instrumentalização parte de um reconhecimento das próprias lógicas de construção da realidade e dos interesses associados na mídia?

Como temos asseverado antes (D'AMARIO, 2011), existem muitas variáveis históricas que confluem para que esse processo tenha acontecido. Quase um século com mídia – rádio e televisão – não passa em vão. Embora a ideia de autonomia (mesmo que relativa) dos sujeitos de recepção seja uma premissa da que partem boa parte dos estudos sociocomunicacionais contemporâneos, deve se reconhecer que se trata de uma condição e uma capacidade que se constrói socialmente. As modalidades de distanciamento, desmitificação ou crítica ao respeito das instituições midiáticas e das realidades que elas (re)criam, são um produto complexo de mediações sociais. Destarte, a constituição das audiências deve se ver como se fosse atravessada pelo conhecimento social que se *acumula* das trocas entre receptores e mídia, dos desapontamentos e alegrias que a mídia produz, e do lugar que ela ocupa nos nossos padrões de socialização, bem como em circunstâncias históricas determinadas.

Desta maneira, embora seja difícil compreender o tipo de recepção comunicacional e as formas de indistinção entre a realidade e a ficção midiática que realizavam nossos antepassados quando eles acompanhavam a radionovela *Comedia Santa Teresa*, nós sabemos que se trata de audiências distintas, que houve uma ruptura na *evolução* dos públicos derivada, entre outras coisas, da experiência cultural com a mídia massiva. Essas rupturas junto com as mudanças da subjetividade e das interações sociais são parte do processo de “ajuste cultural”, como os chama Schutz, que podem ser analisados historicamente – as competências culturais se desenvolvem na troca de significados e na evolução das estruturas sociais e comunicacionais, mesmo que isso não tenda a um patamar melhor.

No entanto, para compreender o novo conhecimento social sobre a mídia venezuelana, além dessa progressiva (re)construção das nossas pautas culturais ao redor da mídia em si, deve ser visto o contexto atual, especialmente no que diz respeito à relevância que a questão comunicacional tem. Ela tem adquirido esse lugar relevante por causa do seu

próprio lugar nas sociedades contemporâneas, das mudanças aceleradas na estrutura comunicacional e das transformações culturais e políticas da recepção midiática venezuelana.

O contexto: crise da comunicação na Venezuela

A atual percepção venezuelana da mídia, bem como das práticas de recepção, jornalísticas e comunicacionais em geral, estão constituídas e entremeadas pelas condições e acontecimentos sociais, políticos e comunicacionais que tem acontecido no país logo após as eleições de dezembro de 1998, nas que Hugo Chávez foi eleito pela primeira vez. A partir desse momento, o país tem vivenciado um período de intensa controversa social da que a mídia tem sido, ao mesmo tempo, sujeito e objeto⁸⁴.

Essa conflitualidade política tende a ser analisada sob o rótulo da *polarização política* e, assim entendida, contribui à descrição do comportamento tendencioso da mídia, do papel que exerceriam *de fato* como atores políticos e das características do público venezuelano (BACALAO, 2009). O enorme *desencontro* entre as posições chavistas e antichavistas teria marcado a atuação da mídia, bem como o consumo e preferências da audiência venezuelana, especialmente no que diz respeito à matéria informativa e de opinião. O conceito de mediação política, como posicionamento ideológico, adquire pertinência aqui para dar conta das formas nas que se produzem e se recebem as mensagens midiáticas⁸⁵.

Contudo, o conflitante contexto político-comunicacional venezuelano pode ser analisado além dos esquemas usados pelos sujeitos sociais para representar a realidade venezuelana e, assim, produzir formas de distinção político-comunicacional. Esse contexto está conformado não somente pelas ideologias ou referentes políticos que operam implícita ou explicitamente nos atores comunicacionais, mas por um complexo de elementos conjunturais, estruturais, discursivos e *acontecimentales*⁸⁶, que tem um caráter *externo* tanto para a mídia quanto para as audiências, e que, no entanto, atua como uma mediação social fundamental do processo comunicacional produzindo, por sua vez, outras mediações, como as da própria

⁸⁴ [N.T.] Duas décadas após esse acontecimento que marcou a história sociopolítica da Venezuela, essa controversa na que a mídia é sujeito e objeto se mantém, mas com uma diferença importante: a inversão do controle, pois a mídia é majoritariamente oficial. Além disso, são outros os espaços midiáticos de luta e controversa, como por exemplo, Twitter. Veja-se, para mais detalhes, D'AMARIO (2018).

⁸⁵ Para uma revisão do conceito de mediações e das tipologias das que estamos fazendo uso, podem ser vistos os trabalhos de Jesús Martín-Barbero (1987; 2001; 2002; 2009), de Guillermo Orozco (1991; 1993; 1994; 1999) e o de David González Hernández (2009).

⁸⁶ [N.T.] Por tratar-se de um neologismo, preferi deixá-lo em sua expressão espanhola. Em qualquer caso, a ideia remete a que são elementos que derivam dos acontecimentos, isto é, não são nem necessariamente advindos de conjunturas, nem de estruturas, mesmo que qualquer acontecimento pode derivar tanto de uma quanto de outra. Remete precisamente a essa “zona cinzenta”, que pode emergir repentinamente sendo difícil identificar sua pertença.

comunicação/recepção política polarizada. Esse contexto pode entender-se como o de uma crise ou transfiguração da comunicação massiva venezuelana, que gera em si mesma uma transformação das pautas culturais, da constituição dos públicos e seus modos de conceber à mídia.

Nesse sentido, a crise da comunicação na Venezuela tem se produzido, quanto menos, devido aos seguintes elementos:

O primeiro vem dado pela tensão política produto do nascimento do projeto político que liderava Chávez num contexto no que a *mídia era uma das instituições de maior reconhecimento e credibilidade social*, diante da progressiva perda de legitimidade que tinham sofrido as formas tradicionais de representação política. Ou seja, no contexto da chamada *antipolítica*, de rejeição e desprestígio social de instituições fundamentais da política moderna venezuelana – que para alguns analistas e líderes de opinião foi também o fator chave para a vitória de Chávez no ano de 1998 –, a mídia tinha alcançado um protagonismo e uma legitimidade social ao interior da sociedade venezuelana; ganhos que logo serão questionados pela popularidade social de um líder no que, parafraseando a Bisbal (2005), foram colocadas muitas esperanças. Um tipo de liderança, aliás, que pouco dizia respeito aos valores e concepções de mundo que promoviam – e sobre os quais se baseavam estruturalmente – as empresas midiáticas venezuelanas.

O segundo elemento é o discurso governamental (e sua alta recepção entre os venezuelanos) em contra da mídia privada, bem como a própria relação entre Chávez e a mídia. Quase não é necessário dizer que foi uma relação cheia de *impasses* e de ruídos derivados diversamente tanto do comportamento da mídia quanto das reações e das expectativas governamentais sobre a atuação da mídia. Isso é também cabível para a cobertura que ambas as derivações anteriores tem tido dentre a própria mídia, nacional e internacional, pública e privada.

Para além do conteúdo substantivo da mídia, é inegável que a liderança de opinião que exercia o presidente da Venezuela, isto é, sua incidência na agenda pública para além da capacidade que lhe é própria à mídia, foram os incentivos para a construção de discursos sociais ao redor da questão comunicacional venezuelana. Destarte, o tipo de relação que foi estabelecida entre Chávez e a mídia tem significado o desenvolvimento de modalidades de comunicação midiática diretas da presidência – e do governo em geral –, bem como de uma parte da mídia privada, que tem influenciado na interação das pessoas com a mídia – rádio e televisão particularmente. Ou seja, a circulação de opiniões e, portanto, a reflexividade social

sobre o papel da mídia tem se multiplicado ao calor das diversas manifestações do conflito governo-mídia.

O terceiro é o *comportamento desenvolvido pela mídia privada em conjunturas políticas da nossa história recente*, sendo as mais importantes: a do golpe de Estado de abril de 2002 e a da “paralisação petroleira” de fins daquele ano e começo de 2003. Em ambos os momentos históricos a atuação da mídia em oposição ao governo foi tão central – e questionada – que inclusive tende a mídia a ser reconhecida hoje como um ator fundamental, mesmo antes que as próprias organizações políticas. Veja-se na seguinte citação de Cañizález (2004, p. 16-17) como é que isso tem sido possível:

Durante a paralisação realizada pela oposição entre dezembro de 2002 e janeiro de 2003, na Venezuela, ficaram em evidência alguns aspectos centrais dessa percepção que leva a colocar à mídia na categoria de poderes factuais... em conversas que temos tido com três dirigentes opositores – um deles participou do comando tático que dirigia a paralisação –, eles confirmaram essa ação ia a cessar após 48 horas e exclusivamente se usaria como pressão momentânea para depois seguir as negociações que estavam em marcha com o Governo, sob a mediação da Organização de Estados Americanos e o Centro Carter. O ponto de vista dos empresários da mídia acabou com a primeira estratégia e colocou à oposição na senda da paralisação “por tempo indefinido”, com os custos políticos e econômicos que todos conhecemos hoje. Outros dois líderes de partidos políticos, cujas opiniões não eram de apoio unânime a essa ação, foram silenciados pela mídia. No entanto, sem dúvida nenhuma, o elemento mais chamativo o constituiu nesse mesmo contexto o fato seguinte: em não poucas ocasiões a Coordenadora Democrática – que aglutina partidos políticos e associações da sociedade civil opositoras – conheceu o conteúdo de mensagens publicitárias uma vez que elas estavam no ar, sem que participara na sua concepção.

Então, além de expor veementemente a questão tensa da relação governo-mídia, aquelas conjunturas permitiram também visibilizar a importância que possui a mídia na construção dos acontecimentos políticos e sua vontade de intervenção no espaço político, não como mediadores comunicacionais, mas como um dos atores mais relevantes.

Igualmente, abril de 2002 e a “paralisação petroleira” converteram-se em incentivos principais para a transformação da estrutura midiática do país por parte do governo venezuelano, cujo investimento em políticas comunicacionais, em antigos e novos canais ou emissoras públicas de alcance nacional ou internacional, se justifica em grande medida na experiência vivida pelo governo em ambas as conjunturas e na necessidade de criação de *contrapesos* políticos-comunicacionais. Trata-se de uma necessidade amplamente expressada pelos atores governamentais para o desenvolvimento das políticas comunicacionais. Veja-se o dito por Yuri Pimentel, na época presidente do canal de televisão do Estado venezuelano, Venezolana de Televisión (VTV), em entrevista com Baciao (2009):

Creio que é uma ferramenta [...] para tentar mostrar a outra face da moeda [referência a VTV]. Isso é o que temos para enfrentar a guerra midiática, sendo minoria com respeito à mídia privada. [...] Se observamos a VTV só, pode ser que não passe a prova do equilíbrio. Mas se a colocarmos no conjunto de toda a mídia da direita, mais bem ficamos curtos com a nossa defesa.

O quarto elemento está constituído pela *mobilização de setores e organizações nacionais e transnacionais ao redor de discursos sobre a mídia na Venezuela*. Nos últimos anos tem prosperado, com efeito, posições elaboradas desde circuitos da sociedade civil, comunicacionais, intelectuais e políticos que tem tendido a favorecer ou a dar razões às distintas posições envolvidas no conflito pelo comunicacional venezuelano, com o intuito da defesa de valores e ideias como a de *liberdade de expressão* e a de *responsabilidade social* da mídia. Em alguns casos, essas diferenças obedecem a uma divisão clássica entre liberais e socialistas, direita e esquerda; em outros casos, à polarização entre chavistas e antichavistas; e ainda em outros, as opiniões e mobilizações dependem mais das conjunturas e temas específicos que estão no debate público. Mas, em geral, tal como tem havido uma separação, um hiato profundo entre o governo e mídia privada, também a separação tem vigorado para aqueles atores públicos com incidência na construção de matrizes de opinião, ora para criticar a atuação da mídia privada e a *manipulação midiática*, ora para questionar o *controle da mídia* por parte do governo.

Essa mobilização resulta tão decisiva que a transcendência da questão comunicacional venezuelana pode ser inclusive medida pelo grau de atenção que concita em organizações de larga data como a Sociedade Interamericana da Imprensa (SIP) ou Repórteres sem Fronteiras; em outras mais recentes como o Fórum Social Mundial ou a Rede Voltaire; ou no impacto que tem suposto na constituição de outras novas organizações na Venezuela, como o Espacio Público ou o Frente Socialista de Periodistas. Os posicionamentos e as mobilizações dessas organizações permitem conhecer boa parte das posições comunicacionais-políticas que possuem diversos setores da sociedade venezuelana, em particular atores do campo da produção midiática, como jornalistas, donos e diretores da mídia, o mesmo que autoridades públicas.

O quinto elemento é a *diversificação do consumo e da produção midiática* pelo auge da televisão por subscrição e Internet, bem como de outras tecnologias de uso pessoal (telefonia celular, de vídeo e de som). Embora o acesso seja um tema recorrente para países como a Venezuela, é indubitável que aconteceu uma mudança na base comunicacional, na estrutura tecnológica e nos recursos com os quais os venezuelanos contam hoje para se comunicar para além da mídia e das modalidades da imprensa, a rádio e a televisão. Como

mostram diversas pesquisas de opinião, essa diversificação supõe movimentações nos hábitos de consumo das audiências: a televisão cedeu espaço para a Internet e os celulares (BRINGUÉ; SÁDABA, 2008). Por outro lado, as mudanças no consumo resultam também em mudanças ao interior dessas mídias, que passam a serem cada vez mais plataformas ou *marcas* multimídias. Tem reflexo igualmente na produção midiática em geral. Destarte, na medida em que o entretenimento midiático, isto é, o entretenimento massivo por excelência, e os fluxos de informação e opinião não passam mais nem exclusiva nem centralmente pela mídia tradicional, acontecem transformações decisivas tanto na esfera pública quanto na cultura midiática venezuelana.

As novas mídias têm sido utilizadas amplamente nos últimos anos pela sociedade venezuelana para participar no contexto mais abrangente da controversa político-comunicacional. Ao calor dos acontecimentos políticos venezuelanos (DIAZ *apud.* DE LAS HERAS, 2007), dentre os quais os temas que dizem respeito à mídia ocupam um lugar central, os sítios web, o *blogging* e o *microblogging* têm virado espaços importantíssimos para rebater ou apoiar perspectivas políticas da comunicação e, mesmo, de instituições e atores midiáticos determinados. Dessa maneira, contribuem a ampliar socialmente e a intensificar a disputa pelo comunicacional venezuelano.

Já o sexto elemento diz respeito à *finalização da concessão estatal a Radio Caracas Televisión (RCTV)* sobre o espectro radioelétrico e a mobilização social que aquilo produziu tanto em contra da medida quanto a favor da mesma no ano de 2007. Para além das implicações culturais da saída do ar de um dos canais de televisão comercial que tinha maior tradição e popularidade no país, ou precisamente por essas mesmas implicações, a saída de RCTV supôs uma maior visualização política do tema comunicacional para amplos setores de venezuelanos. Isto pode ser exemplificado com a conhecida contraposição que se dava – e ainda continua – entre chamar a saída do canal de *não renovação* ou de *fechamento* nos debates e manifestações públicas em torno ao caso RCTV. A disputa legal/política pela adequada caracterização da ação governamental em contra desse canal implicou, precisamente, num reconhecimento social sobre as relações entre comunicação e política, o papel do Estado como proprietário do espectro radioelétrico, e as problemáticas associadas à história e função da mídia comercial venezuelana. E, dado que foi outorgada a continuidade da concessão de outros canais nacionais como Venevisión e Televen, supôs também a intensificação da controversa ao interno do próprio campo da comunicação comercial, em especial da televisão, o que derivou no começo de abordagens, até então inéditas, de qual o

papel da mídia na Venezuela e como devem ser as formas de relacionamento com as autoridades governamentais e, mais em geral, com o âmbito político. Ou seja, esse processo intensificou o debate das próprias empresas midiáticas e de seus integrantes ao redor da sua própria atuação e, nessa mesma medida, da dimensão como instituição/ator social.

Em sétimo lugar, elencamos *as mudanças do sistema midiático venezuelano*, que têm acontecido tanto pela redistribuição estatal do espectro radioelétrico quanto pelo surgimento de novas mídias públicas, privadas, comunitárias e alternativas, também pela transformação das antigas instituições midiáticas. Dentre o conjunto de fenômenos que conformam o contexto da crise da comunicação venezuelana, as mudanças registradas na propriedade, organizações e perfis básicos da produção comunicacional da mídia, são das mais visíveis para o grande público na medida em que a) boa parte dessas mudanças têm se registrado no espaço audiovisual dada a saída do ar de canais de TV e rádios comerciais, e a entrada de outras novas emissoras; b) têm envolvido um significativo crescimento da comunicação público-estatal, com expressões na imprensa, rádio, televisão e Internet; e, c) têm produzido o surgimento de televisoras e rádios comunitárias, além de outras experiências comunicacionais que visibilizam no espaço local as transformações da comunicação venezuelana.

Destarte – junto com a introdução e acessos a novas mídias e tecnologias – a estrutura comunicacional venezuelana apresenta diferenças significativas àquela de fim dos anos de 1990. Essas mudanças, particularmente as que dizem respeito à mídia comunitária – com ênfase desde 2002 com a aprovação do *Regulamento da radiodifusão sonora e TV aberta comunitárias de serviço público, sem fins lucrativos*, e a partir do auge da mídia público-estatal desde 2003 com o surgimento da televisoras *Vive* – têm acarretado um intenso debate sobre a propriedade e função da mídia, bem como a sua autonomia e intencionalidades políticas. E, ainda de maneira mais importante, ao respeito do seu impacto e percepção por parte das audiências venezuelanas, essas mudanças têm significado também a emergência de mensagens – como as que colocam em pauta discursos anticapitalistas – controversamente distintas àquelas que, na mídia massiva, dominam o espaço da comunicação comercial venezuelana e o mundo ocidental, em geral.

O oitavo elemento é o do *surgimento na Venezuela de novos gêneros audiovisuais que circulam na televisão e na Internet* desde canais públicos e privados, bem como de outras experiências de produção de conteúdos comunicacionais. Aproximadamente desde 2003, houve um incremento de programas e outras modalidades informativas e de opinião dirigidas a problematizar a própria questão comunicacional e a incentivar a polêmica entre a própria

mídia. Outra forma adotada consiste em desenvolver estratégias e técnicas comunicacionais para fazer denúncias e para o confronto político. Isso supõe mudanças nas regras de construção e da própria linguagem usada nas mensagens midiáticas. Nesses espaços audiovisuais, caracterizados por se referir e analisar de forma explícita as mensagens dos *concorrentes*, denunciar o tratamento dado aos fatos noticiosos, utilizar e repetir imagens de arquivo, ou fazer uso da técnica de intervenção das imagens, são evidências de um trabalho especializado que é produzido para e pela guerra comunicacional-política, e dentre dela pela luta pelo domínio ou crítica às matrizes de opinião hegemônicas.

Na medida em que esses conteúdos explícita ou visivelmente se subsumem à polarização política como a nova regra básica da produção comunicacional, ela é também uma dimensão do novo contexto da comunicação venezuelana amplamente reconhecida pelo público, que permite socialmente tanto a classificação da mídia e do seu público, quanto determina, em boa medida, a percepção sobre a sua atuação. Isso explica a ressonância de programas como “La Hojilla” da televisora pública VTV, de micros informativos dessa mesma televisora como “Contacto con la realidad”; ou dos micros da televisora privada, Globovisión, “Aunque Ud. no lo crea, Ud. lo vió por Globovisión” e “No hay nada más peligroso que la verdad” (PAULLIER, 2011).

Outra variável do contexto histórico comunicacional que pode ser adicionada é a da *mudança introduzida no campo acadêmico e profissional da comunicação* pela nova curricula em comunicação social de instituições de ensino superior recentes como a Universidade Bolivariana da Venezuela (UBV) e a Missão Sucre, *además da alta produção em circuitos intelectuais tradicionais e não tradicionais ao redor da questão comunicacional venezuelana*.

A conjunção de todos os elementos aqui elencados mostra uma realidade comunicacional-política distinta à que vigorava na Venezuela até 1998. E a sua transcendência radica, adicionalmente, no grau de *publicidade* que alcançaram cada um desses elementos no próprio marco geral da controversa sociopolítica. A mídia, ao longo desses últimos anos, tem sido objeto de atenção, informação ou explicação pública, não apenas pela sua disposição ou seu comportamento nas conjunturas de transcendência histórica, mas em relação com elementos menos reconhecíveis como são as tecnologias comunicacionais e a Internet. Ou seja, tanto pela intensidade das mudanças quanto pela significação social que têm tido muitas delas, a crise da comunicação venezuelana alcança um grau de realidade que impacta os modos como se relacionam os públicos com a mídia e, também, a percepção que eles têm dela como instituição comunicacional e política. Nesse

sentido, não é estranho que a mulher entrevistada que citáramos ao início deste texto tenha consciência do poder da mídia. E isso, talvez, implica que seja necessária uma revisão do conceito e das tipologias de mediações sociais.

Mediações contextuais

Os estudos da comunicação em América Latina nas últimas décadas têm oferecido valiosos aportes sobre as mediações que acontecem nos processos de recepção comunicacional, entendidas como os lugares sociais desde os quais os públicos recebem/*interpretam* as mensagens da mídia. Isso tem acontecido como parte da redescoberta da dimensão microsociológica da comunicação social, na que a ação dos indivíduos, da audiência, é ressaltada como construção intersubjetiva. Porém, como é cada vez mais reconhecido, essa (re)descoberta implicou uma espécie de abandono dos componentes histórico-estruturais, ou macros, que determinam também as relações que se estabelecem entre audiências e mídia.

Assim, no caso que aqui ilustramos, é comum pensar que o principal fator, ou, melhor dizer, a principal mediação que incide na relação das audiências venezuelanas com a mídia é a política polarizada entre chavistas e antichavistas, entendida como uma mediação de tipo referencial; isto é, como atitudes, receitas, posições ideológicas, que dão aos indivíduos fundamentos para suas escolhas, preferências, atividades e modalidades de recepção da mídia, seja ela global ou venezuelana. Nós concordamos com essa análise por que, em uma muito boa medida, há um reconhecimento social amplíssimo da existência de uma comunicação social polarizada que aceitam os atores espertos da comunicação e que enxergam claramente as audiências venezuelanas, com especial atenção aquelas que participam dessa polarização política. No entanto, há outras mediações.

Uma das mais claras dentre os elementos do contexto resenhados neste artigo, é a que diz respeito à *mediação tecnológico-comunicacional*, por que as transformações que introduzem as tecnologias info-comunicacionais não mexem apenas com o consumo das novas mídias, mas ao da mídia tradicional também. A interatividade em geral e em tempo real que as caracteriza, permite e facilita formas de relacionamento com a mídia e, também, com outras audiências, que incidem no campo mesmo da comunicação, na sua produção e recepção. E assim como o elemento tecnológico, outros se constituem também como mediações, ou seja, referentes desde os quais é possível receptionar e perceber à mídia.

No entanto, no caso venezuelano, todos aqueles elementos configuram uma mediação mais objetiva – ou externa – representada pelo próprio contexto político-comunicacional, que para nós está constituído pela conjunção desses diversos elementos e variáveis, e que tem sofrido e originado transformações aceleradas na última década. Esse tipo de mediação não é *individual*, não corresponde ao âmbito das condições ou referentes intersubjetivos da recepção comunicacional, mas é – ou se constitui – como externa aos receptores e produtores comunicacionais em geral. Durante este período histórico, num contexto de conflito político, têm se produzido transformações objetivas no campo da comunicação e, ao mesmo tempo, têm se intensificado as experiências – e aprendizados – culturais sobre a mídia. Os públicos, pois, não somente estariam marcados pelos muito importantes referentes políticos que operam na organização de boa parte da vida cotidiana venezuelana, incluída a produção e recepção midiática, mas que o contexto histórico político nos que esses referentes têm se produzido – e mesmo a sua dimensão comunicacional – outorgaram maiores graus de objetivação e reflexividade na sua relação com a mídia.

REFERÊNCIAS

- BACALAO, Mariana. Venezuela: medios de comunicación en un contexto polarizado. Ponencia presentada en el II Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación. 2009. Disponível em: <http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/bacalao_m.pdf>.
- BACIAO, Luis Tovías. Yuri Pimentel: ‘Globovisión no es sólo un canal, es parte del latifundio mediático’ [Entrevista]. **Venezolana de Televisión**. Caracas, 2 jun. 2009. Disponível em: <<http://www.vtv.gov.ve/art%C3%ADculos/entrevistas/18855>>.
- BENÍTEZ, Lunaidy. La radionovela venezolana: tres momentos y ¿una muerte anunciada? **Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación**, n. 47. Caracas, 1984, p. 29-40. Disponível em: <http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198447_29-40.pdf>.
- BISBAL, Marcelino. Venezuela y su crisis. El contexto ineludible de los media. **ConcienciaActiva21**, n. 7. Caracas, oct. 2005. Disponível em: <<http://www.concienciaactiva.org/ConcienciaActiva21/conciencia7/0702.pdf>>.

BRINGUÉ, Xavier; SÁDABA, Charo (coords.). **La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas.** Barcelona: Fundación Telefónica / Ariel, 2008.

CAÑIZÁLEZ, Andrés. La prensa en el referendo venezolano. Chasqui. **Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 87. Quito, sep. 2004, p. 4-12.

D'AMARIO, Daisy. **Crisis de la comunicación y mediaciones contextuales: exploraciones de la percepción social de los medios de comunicación en Venezuela.** 2011. 286 f. Trabajo de Ascenso en el Escalafón Universitario – Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2011.

D'AMARIO, Daisy. **Discursos político-identitarios no Twitter: o caso venezuelano.** 2018. 276 f. Dissertação - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

DE LAS HERAS, Daniel Alonso. Resumen y conclusiones. **Ya.com.** Madrid, 2007. Disponible em: <http://personales.ya.com/daniel1987/Resumen%20Conclusiones%20del%20Congreso.pdf>.

GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, David. Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas. **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, v. XV, n. 29. Colima, jun. 2009, p. 37-68. Disponible em: http://www.culturascontemporaneas.com/contenidos/medios_estructuracion_audiencias.pdf.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones.** Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

—. Culturas/Tecnicidades/Comunicación. In: **I Coloquio Tres Espacios Lingüísticos ante los Desafíos de la Mundialización.** Paris, Organización de Estados Iberoamericanos, mar. 2001. Disponible em: <http://www.oei.es/cultura2/barbero.htm>.

—. La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana. In: **2001 BOGUES, GLOBALISME ET PLURALISME**, 22-27 Abr 2002, Montreal. Anais. Montreal: 22 Abr 2002. p. 26. Disponible em: <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Barbero.pdf>.

—. Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. **Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información**, v. 10, n. 1, Salamanca, mar. 2009, p. 19-31. Disponible em: <<http://www.redalyc.org/pdf/2010/201018023002.pdf>>.

MATHEUS, Marjuli. Cronología: 27 días de crisis en El Rodeo. **Últimas Noticias**, Caracas, 13 jul. 2011. Disponible em: <<http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/sucesos/cronologia—27-dias-de-crisis-en-el-rodeo.aspx>>.

OROZCO, Guillermo. La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva. **Diálogos de la Comunicación**, n. 30. Lima, jun. 1991. Disponible em: <<http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=1607&N=1>>.

—. Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. **Analisi**, n. 15. Barcelona, dic. 1993. Disponible em: <<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/viewFile/41180/89138>>.

—. Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia. In: OROZCO, Guillermo (coord.), **Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva**. México: PROIICOM Universidad Iberoamericana, 1994, pp. 69-88.

—. Televidencia y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia. In: SUNKEL, Guillermo (coord.), **El consumo cultural en América Latina**. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1999, p. 68-86.

PAULLIER, Juan. La “contaminación política” en la televisión venezolana. **BBC Mundo**. 1 mar. 2011. Disponible em: <http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/03/110224_venezuela_televison_polarizacion_politica_chavez_jp.shtml>.

THOMPSON, John B. **The New Visibility**. *Theory, Culture & Society*, v. 22, n. 6, p. 31–51, 2005. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0263276405059413>>.