

ELIAS GILBERTO FILIMONE DJIVE*
FRANCISCO PEDRO NGUENHA**

MEDIATIZAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIEN- TAL EM SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS

Resumo: O presente artigo busca refletir em torno do conceito de mediatização enquanto realidade contemporânea que se constitui pelas evoluções das tecnologias de comunicação e informação nas suas diversas formas de interação com a sociedade. A media como um ator no meio de vários, cria cenários que tem como resultado uma sociedade mediatizada, com reflexos nas esferas econômicas, culturais, políticas e sociais dos sujeitos. O objetivo central do presente artigo é compreender como os processos de mediatização abrem possibilidades para que sujeitos, individuais e coletivos, atuem nas ações de educação ambiental nos media digitais. Para refletir sobre este tema, foram suportes teóricos autores como Muniz Sodré, com o seu conceito de bios mediático, Stig Hjarvard (2015, 2012), António Fausto Neto (2012), Manuel Castells, com suas discussões sobre sociedade em rede, Luís Martino (2014), André Lemos(2013), entre outros. Metodologicamente, esse trabalho se baseou em pesquisas bibliográficas. Com este trabalho, constatamos que, nos media digitais, as sociedades se tornam cada vez mais mediatizadas e, porém, nem todas as sociedades são mediatizadas, ainda que as consequências desses processos possam ser mais abrangentes que pertencer ou não à sociedade mediatizada. Dois conceitos são cruciais para pensar a mediatização: o bios mediáti-

* Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Brasil.

** Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Autónoma de Barcelona (UAB), Espanha

co e a sociedade em rede.

Palavras-chave: *Mediatização, Sociedade mediatizada, Media digitais, Educação Ambiental.*

Abstract: This article seeks to reflect on the concept of media coverage as a contemporary reality that is constituted by the evolution of communication and information technologies in their various forms of interaction with society. The media, as an actor in the midst of several, creates scenarios that result in a mediated society, with reflections in the economic, cultural, political and social spheres of the subjects. The main objective of this article is to understand how the mediatization processes open possibilities for individuals, individuals and collectives, to act in environmental education actions in digital media. To reflect on this theme, authors such as Muniz Sodré, with his concept of media bios, Stig Hjarvard, António Fausto Neto, Manuel Castells, with his discussions on network society, Luís Martino, André Lemos, among others, were theoretical supports. Methodologically, this work was based on bibliographic research. With this work, we found that, in digital media, societies become increasingly mediated and, however, not all societies are mediated, although the consequences of these processes can be broader than whether or not belonging to the mediated society. Two concepts are crucial for thinking about mediatization: the media bios and the network society.

Keywords: *Mediatization, Mediatized society, Digital media, Environmental education.*

INTRODUÇÃO

O campo da comunicação, como uma ciência recente, se comparada com outros campos das Ciências Sociais e Humanas, tem sido permeado pelas transformações constantes e aceleradas que se operam nas tecnologias da comunicação e informação. Desses processos, também se encontra a mediação e a mediatização nas sociedades con-

temporâneas, o que gera situações indeterminadas e experiências diversas nos sujeitos. Nos espaços sociais criados pelas *media* digitais, onde se incluem as redes sociais, constituem-se públicos e audiências³ específicos com propósitos sociais diversos, desde o entretenimento, a troca de informações, o exercício de influenciar sujeitos, incluindo ações de mobilização social por causas que tornem a vida em sociedade mais estável.

Nos últimos anos, as abordagens sobre meio ambiente nesta sociedade contemporânea, através da mediatização, tem sido um dos propósitos de tornar o planeta mais habitável, assumindo-se como campo de debates entre governos e diversos movimentos sociais que lutam por essas causas sociais, valendo-se, também, das *media* digitais. No Brasil, por exemplo, dois grandes eventos se fazem presentes na memória das sociedades de todos os continentes, referimo-nos à Rio 92 e Rio + 20. Estes e outros eventos internacionais também não são alheios ao espaço acadêmico, visto que é um espaço de produção e circulação de conhecimentos científicos em benefício das sociedades e da própria ciência.

No presente trabalho, pretendemos abordar conceitos-chave desse novo cenário designado de mediatização, fazendo uma introspeção no agir moçambicano face à aplicabilidade deste conceito em contextos locais e práticos. Tais conhecimentos são a mediatização, *bios* mediático, sociedade em rede, mobilidade. No entanto, nosso propósito não é esgotar todos os vieses que permeiam discussões sobre a mediatização.

³ Pese embora diferentes autores entendam que com os novos *media* os conceitos de audiência desaparecem – como refere Lemos (2005) baseando-se no entendimento de William Gibson, nosso entendimento é o de que as audiências prevalecem, mas não mais na asserção tradicional na qual se atribuíam passividade dos sujeitos na fruição de produtos midiáticos, dada a sua condição de ser consumidor e produtor, reciprocamente.

CONTORNOS DO CONCEITO DE MEDIATIZAÇÃO

Numa das palestras organizadas pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Informação e Cultura da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Lampe-UERJ), em abril de 2017, Muniz Sodré, referiu que a mediatização é um conceito ecológico que passa para o ambiente tecnológico. A sociedade mediatizada desenha-se como um passo adiante na produção de modelos *difusionistas* tradicionais, centrados nos efeitos das mensagens dos *media* nas massas. Este incremento de tecnologias digitais afeta as representações de tempo e espaço, e influi, ecológicamente, nas experiências das institucionais de vinculação e de distribuição de informações.

O mesmo autor reforça que o sistema mediático emerge como alternativa ao sistema tradicional dos *media* nos contextos das sociabilidades e quotidianidade, em que a produção de conteúdos dos *media* estava centralizada nas instituições, e os sujeitos ocupavam a outra ponta da cadeia da produção e circulação da informação. Nesse caso, a mediatização seria não a substituição dos meios de comunicação tradicionais (massivas), mas a articulação entre os tradicionais e os novos *media*. E essa lógica de articulação corrobora as constatações de Henry Jenkins (2012), na sua obra *Cultura da Convergência*, ao afirmar que os *media* atuais não substituem os meios tradicionais, mas atualizam.

No mesmo diapasão da imbricação entre os *media* e as experiências quotidianas dos sujeitos, Hjarvard (2012: 55) vai afirmar que “A sociedade contemporânea está permeada pela *media* de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais”. E é aqui nessa indissociabilidade entre *media*, cultura e sociedade em que se contextualiza a mediatização.

Pretendendo trazer uma trajetória histórica, Hjarvard (2012) refere que este conceito foi utilizado, primeiramente, para se referir às influências da *media* na vida política. Ainda na trajetória da mediatização, Rüdiger (2015: 748) refere que “a teoria da midiatização se encontra pré-figurada em meio à área de estudos de mídia e cultura desde, pelo menos, a década de 1970”, significando isto que a sua emergência não é tão recente, mas é na contemporaneidade que o mesmo ganha proeminência com a aceleração das tecnologias de comuni-

cação que, reconhecidamente, reconfiguram o modo como os sujeitos relacionam-se com os media, nas suas diversas plataformas.

Para além da centralidade da *media* na vida política, Hjarvard (2012) traz a influência da *media* na pesquisa e nas práticas religiosas. Mas, para o mesmo autor, são autores como Thompson (1995), Schulz (2004) e Krotz (2007) que vão enxergar as relações entre a mediatização e suas consequências culturais, assim como a emergência de grandes corporações de *media* nos âmbitos nacional e internacional. Na óptica de Hjarvard, desses três autores, Krotz (2007) vai entender a mediatização como um *metaproc*esso, dado que os meios alteram as relações e o comportamento humano.

Se entendermos a mediatização como conceito e também como teoria, Hjarvard (2012, p. 60) vai afirmar que ela “está em consonância com a teoria do meio no que diz respeito à observação das diferentes formatações de cada meio de comunicação e dos impactos sobre as relações interpessoais às quais dá origem”. Nisso, uma característica importante que a mediatização traz para a sociedade é a expansão das oportunidades de interação em espaços virtuais, permitindo reformar as ações e relações entre os sujeitos.

Uma ressalva importante, no contexto da globalização, é a ideia lançada por Hjarvard (2012) segundo a qual a mediatização não é característica de todas as sociedades. E tem razão de ser essa afirmação, se tomarmos em conta que nem todas as sociedades têm acesso às tecnologias de informação. O exemplo disso são os países do Terceiro Mundo, como Moçambique, que ainda enfrentam grandes desigualdades de conectividade no seio da sua população, onde, por exemplo, de acordo com INE (2019), dos mais de 28 milhões de habitantes, somente menos de 6,5% tem acesso às tecnologias digitais de forma particular. Estes dados não conheceram um crescimento considerável de 2019 a 2021, dado que, segundo a mesma fonte, neste último ano, houve decréscimo de 28,4%⁴ de acesso à telefonia móvel, que é uma das plataformas que chega ao maior número da população para acesso à internet e seus serviços. No entanto, Hjarvard (2012) vislumbra uma

⁴ Estes dados constam do INE (2021), no Relatório de Estatística dos Transportes e Comunicações

situação progressiva de mediatização das sociedades, à medida que se materializa o avanço tecnológico e sua respectiva expansão, o que nos parece cada vez mais difícil, para o caso de Moçambique, conforme referido anteriormente.

Olhando ao cenário moçambicano de forma particular no que concerne aos contextos de mediatização podemos aferir que a mediatização, conforme atestam os autores, não cinge somente em ter acesso às tecnologias digitais, mas mais do que nunca, saber manipular-las como forma de construir relacionamentos seguros. Entretanto, a expansão das oportunidades de interação em espaços virtuais no contexto moçambicano não tem estado a reforçar as ações e relações entre sujeito, conforme nos referem os autores, mas diminuem-nas, muito em particular, não somente pela forma como se partilham os conteúdos, mas o tipo de conteúdo em si e os circuitos de comunicação criados que, aparentemente, servem à minoria dos que foram contabilizados pelo INE.

Pese embora alguns autores usem os conceitos de mediação e mediatização como indistintos, Hjarvard estabelece claras diferenças entre esses dois termos. Para o autor, “a mediatização não deve ser confundida com o conceito mais amplo de *mediação*. Mediação refere-se à comunicação através de um meio do qual a intervenção pode afetar tanto a mensagem quanto a relação entre emissor e receptor” (2012: 66). Num outro texto, o mesmo autor vai reforçar essas distinções entre mediação e mediatização:

Por mediação, habitualmente entendemos o uso de um meio para comunicação e interação. (...) O estudo da mediação debruça-se sobre o impacto da mídia em situações comunicativas específicas situadas no tempo e espaço. Por sua vez, o estudo da mediatização considera as transformações estruturais de longo prazo no papel da mídia na sociedade e na cultura contemporâneas. (HJARVARD, 2015: 53)

Mesmo depois de estabelecer essas distinções, o autor acima vai ressaltar que tais diferenças são meramente do âmbito teórico e analítico, sendo que os mesmos processos de mediação e mediatização não são distintos, dado que os processos de mediação representam a mediatização. Na mesma lógica de distinção de Hjarvard (2012), Martino refere que,

A mediação seria a conexão de um indivíduo ou uma pessoa a um determinado meio de comunicação e a realização de atividades diversas através desse meio; a mediatização seria um processo mais amplo, no qual essas atividades são reorganizadas no contexto de instituições sociais alteradas pelo, e progressivamente dependente dos, meios de comunicação (MARTINO, 2014: 238).

Acompanhando o raciocínio de Sodré quanto às mudanças que se operam no campo da *media*, Gomes (2007: 01) vai afirmar que “estamos vivendo hoje uma mudança de época, uma nova inflexão, com a criação de um bios mediático que toca profundamente o tecido social. Surge uma nova ecologia comunicacional”. Esse *bios*, no entendimento deste autor, é *bios virtual*, que faz emergir um novo modo de ser que é representado pelo conceito de mediatização. Esse *bios* configura novas formas de unificação da sociedade, que é uma espécie de retorno ao Uno. Quando este autor afirma que “a mediatização é a reconfiguração de uma ecologia comunicacional (ou um bios midiático)” (GOMES: 07), corrobora a ideia de Sodré (2017), já referida no início deste texto, segundo a qual a mediatização é um conceito ecológico que passa para o ambiente tecnológico.

Se há, até aqui, um entendimento recorrente sobre em que medida emerge a mediatização, esse entendimento encontra suas razões nas mudanças tecnológicas da comunicação. A esse entendimento, Fausto Neto (2012) vai reforçar essa constatação do que legitima processos de mediatização:

A mediatização resulta da evolução de processos mediáticos

que se instauram nas sociedades industriais, tema eleito em reflexões analíticas de autores feitas nas últimas décadas e que chamam atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas (FAUSTO NETO, 2012: 90).

É essa evolução que vai consubstanciar “efeitos de ruptura” que, no entender de Fausto Neto (2012), vão se situar nos deslocamentos da visão representacional à visão de mediatização, em que o protagonismo não reside somente nas tecnologias em si, “mas na sua conversão na forma de meios, segundo dinâmicas de operações de sentido, no âmbito das práticas sociais” (2012: 91). Com as transformações ocorridas nas tecnologias de informação, a preocupação não reside mais em reconhecer qual é a centralidade da *media*, mas em como as práticas, lógicas e esquemas de codificação são permeados pela cultura da *media*. Com a sociedade mediatizada, os *media* não se apresentam mais como auxiliaadoras, mas sim como parte do modo de ser das sociedades, nos seus processos de interação e de ação nas suas experiências cotidianas. Num contexto assim caracterizado, os sujeitos enquanto produtores e consumidores encontram-se na mesma realidade de fluxos de intercâmbio entre o conhecer e o reconhecer.

O protagonismo, em contextos moçambicanos torna complexo o processo de mediatização na medida em que o *quem*, da visão Lasswelliana, afigura-se determinante não somente na sugestão do autor (*quem*), mas mais do que isso, tem que ver, não com a posição em si, que o define como o *primery definer*, capaz de mover as massas no sentido a que pretende dar à mensagem de forma particular, excluindo-se o poder de influenciar e trazer debates que constroem, potencializando a capacidade de geração do conhecimento na mediatização.

Mesmo reconhecendo a transformação da sociedade dos meios em sociedade mediatizada, que é anterior à internet, há que estabelecer uma distinção que foge ao entendimento funcionalista que reitera a influência dos meios sobre a sociedade. Nisso, Martino (2014) afirma que,

Uma sociedade mediatizada não é uma sociedade controlada pela mídia. O processo não é de mão única, no sentido de que a mídia possa ter ‘efeitos’ sobre as pessoas ou as instituições. O conceito de midiatização não trabalha em uma perspectiva causal, como ‘o que a mídia faz com as pessoas’, mas a partir de um ponto de vista relacional, no sentido de ‘como as pessoas relacionam suas práticas cotidianas com as possibilidades abertas pelas mídias’, em um processo contínuo, sem começo nem final, que possam ser facilmente estabelecidos (MARTINO, 2014: 240).

Com maior precisão, acima, Martino especifica o uso historicamente concebido do que seria sociedade mediatizada ou informação mediatizada. Essas concepções prevalecem na atualidade, de forma equivocada, um pouco do que argumentamos ser no contexto moçambicano nos parágrafos acima, como contraponto a autores como Hjarvard, Fausto Neto (2012) e Gomes (2007) trazem de forma explícita o que seria mediatização, diferente de mediação. Nas suas palavras, Martino (2014) vai dizer que,

Aparentemente, um dos usos mais antigos - e mais radical - foi feito pelo francês filósofo Jean Baudrillard, em 1976. Na p. 83 de seu livro *A troca simbólica e a morte*, o filósofo usa a palavra ‘mediatização’ no contexto de uma discussão sobre a realidade e os meios de comunicação. Baudrillard identifica uma divisão entre o mundo que seria “real”, que se torna praticamente invisível diante do que ele denomina “informação mediatizada”, isto é, retrabalhada pelos meios de comunicação. Há uma diferença radical entre essas duas dimensões - a informação mediatizada, longe de garantir o acesso ao mundo real que ela deveria representar, torna a realidade cada vez mais opaca e difícil de ser compreendida fora desses meios. O conceito, portanto, tem conotações fortemente negativas. (MARTINO, 2014: 235-236)

Há, no excerto da citação acima, em Baudrillard, uma análise dos meios que supõe serem irrealista na medida em que, segundo o autor, buscam reflectir sobre uma realidade que se torna aparente. Portanto, o autor afirma que os meios se manifestam como se estivessem a apagar a existência real pela forma como eles dinamizam os fluxos de mensagens que denotam o mundo como um todo, tornando-se invisível. Deste modo, o *ethos* da mediatização compreende um fazer que engloba um conjunto de signos cuja significação nos remete à ideia de realidade, porém, uma realidade reconstruída pelos meios, na medida em que a realidade reconstruída encontra uma diferença mínima com a realidade observada, particularmente, porque os meios (ou a mediatização) apresentam a realidade em função do que eles assumem como tal, pois, entre os *media*, os factos podem mostrar realidades diferentes partindo do ponto de vista de sua representação na tentativa de mediatizar uma informação.

A informação mediatizada, considerada espaço vazio, na vertente de Baudrillard (1976), é o elemento pelo qual comunidades se interconectam, usando códigos que sustentam as relações ora criadas no campo mediático e mediatizado. Nos espaços mediáticos, constroem-se realidades a partir do que poderíamos considerar como “trecho”, ao que em Traquina (2001) é considerado como sendo acontecimento, que cria notícia, espelho da realidade. Consideramos “trecho” ao que Traquina (2001) e outros assumem como sendo acontecimento na medida em que a construção da notícia é feita em perspectivas subjectivas do sujeito, o que, de certa forma, torna-se em produtos da mediatização, manipulados na tentativa de construir uma realidade que visa construir conhecimento.

A mediatização, neste caso, considera os acontecimentos como gerais e universais e, a partir deles, a *media* procura dar a verdade de forma geral, construindo a ideia universal das coisas ou mesmo dos acontecimentos.

A experiência mostra que o resultado dos produtos mediatizados

é uma construção que, afirmado por Traquina (2001), trazem relatos sobre o que aconteceu. Porém, em diferentes meios de comunicação social, ao mediatizar esses acontecimentos, observa-se uma ligeira diferença sobre a forma como aquilo que antes era realidade foi transformado em produto mediático. Portanto, essa forma de comunicar torna-se infinita à medida que as necessidades sobre informação para transformar tornam-se cada vez mais em uma necessidade.

Neste contexto, Freire (2012) aponta que o *bios informacional* torna cada vez mais abundante a informação, fazendo com que as pessoas, no dizer de Bauman (2007), tornem-se líquidas. Pois, o ser líquido transforma o social das pessoas à medida que os sistemas de tecnologia, bem como a educação digital, vão se distribuindo nas células orgânicas cada vez mais pequenas. Entretanto, observa-se que as partículas mais ínfimas da sociedade moçambicana, por exemplo, não conseguem transformar esse *bios informacional* em vantagem adquirida, particularmente por questões linguístico-culturais.

Efetivamente, o conceito de mediatização confere às sociedades contemporâneas características permeadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação, o que se constitui em um ecossistema tecnológico, que se pode designar de *bios virtual* como referiu Muniz Sodré e outros autores aqui referenciados. Portanto, neste contexto, entende-se que a mediatização, na escala planetária, influencia, de certa forma, “o consumo programado pela socialização latente do mercado e da ordem tecnológica” (FREIRE, 2012: 241).

MEDIATIZAÇÃO E MEDIA DIGITAIS

Conforme buscamos explicitar, no tópico anterior sobre o conceito da mediatização, são as mudanças tecnológicas de comunicação e informação, que intensificam a mediatização da sociedade. E mais, também explanamos sobre a necessidade do entendimento de que nem todas as sociedades são mediatizadas, dadas as diferenças de aces-

so aos meios tecnológicos que os confeririam esse estatuto.

Pretendendo abordar sobre os *media* digitais ou novos *media*. Começaremos por esclarecer que, para o presente texto, empregamos indiscriminadamente as duas noções – *media* digitais e novas *media* – dado que diversos autores usam-nos, também com significados similares.

No contexto atual, “as novas mídias são consideradas como revolucionárias ou significativamente transformadoras da cultura e da sociedade, seja no nível do poder político global, ou no nível das relações humanas individuais” (HJARVARD, 2015: 51). Por isso, a *media* não é mais vista como fator externo à sociedade, mas, sim, como parte integrante e imbricada nas relações sociais que se estabelecem entre os sujeitos.

O mesmo autor, baseando-se em Finnemann, vai pontuar três recursos que são proporcionados pelos *media* digitais: a hipertextualidade, a multimodalidade e a interatividade. Eles incluem as expressões escrita, oral, textual, audiovisual, assim como os diferentes gêneros mediáticos. Isso significa que os *media* digitais incorporam e atualizam os *media* tradicionais, sem os substituir.

Com os *media* tradicionais, havia uma clara distinção entre o público e o privado, no processo comunicativo, mas com os *media* digitais essas distinções desaparecem. Uma informação postada por um dirigente de um país, nas suas contas de redes sociais – Twitter ou Facebook – tem repercussões e implicações que vão para além dos seus produtores e da sua vida privada. Claro que aqui, também, entra a questão do capital social e político que essas duas figuras ocupam na esfera social. Mas isso não se restringe a figuras públicas, podendo incluir todos os sujeitos que se utilizam dos *media* digitais.

Falando das noções de espaço e tempo, os *media* digitais dissolvem o conceito tradicional de espaço, trazendo o espaço comum – o *bios mediático* – que permite que os sujeitos estejam conectados uns com os outros na troca de informações e experiências do seu quotidiano; a localização física, como a concebemos tradicionalmente, nos

media digitais torna-se diluída. No entanto, Hjarvard (2015) não concebe o território como uma categoria que desaparece com os *media* digitais, mas é complexificada nas interações sociais, o que permite,

Aos atores, performar em diferentes palcos sociais ao mesmo tempo e, assim, alternar entre estar no palco e nos bastidores em um ou outro encontro. Além disso, as novas mídias permitem aos atores otimizar a interação social em vantagem própria, ao capacitá-los a esconder ou destacar aspectos particulares de suas performances cara-a-cara. Estas transformações territoriais se tornam componentes das propriedades situacionais que governam a interação social, inclusive o exercício do controle social (HJARVARD, 2015: 59).

Os atores são entendidos, aqui, na ótica de papéis sociais que os sujeitos ocupam nos *media* sociais em interação com outros sujeitos. As esferas públicas, na sua multiplicidade em rede, sendo de natureza comercial, política e cultural criam conexões entre instituições e sociedades, e isso torna essas instituições semi-independentes e, ao mesmo tempo, interdependentes. Diante disso, as próprias instituições passam a reconsiderar as esferas públicas geradas nos *media* digitais nas suas práticas.

Quando falamos dos *media* sociais enquanto espaço de interação social, outro fator que está presente é o de *poder*. Castells (2009: 49) vai dizer que “El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder”. O mesmo autor pontua que o fator coação, enquanto elemento de persuasão de uns sobre os outros nas interações sociais, exerce-se mediante construções de significados, levando em consideração discursos através dos quais os sujeitos ou atores guiam-se ou accionam nas suas interações sociais.

O conceito de *media* digitais obriga-nos a buscar compreender o

que seria uma sociedade em rede, dado que o *bios mediático* gera comunidades virtuais que, não raras vezes, não coincidem com as comunidades do mundo “real”. Em resposta a essa questão, Castells (2009) diz que,

Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura (CASTELLS, 2009: 50-51).

Aqui está, mais uma vez, uma característica excludente deste tipo de sociedade em rede, a necessidade de uma estrutura microeletrônica para que os sujeitos participem nessas sociedades, através de tecnologias de informação e comunicação. E, claro, essa não é a única condição, visto que não basta ter acesso às tecnologias para participar na sociedade em rede. Há, também, condicionantes como habilidades de uso desses artefactos tecnológicos, o valor simbólico cultural atribuído às tecnologias digitais pelas comunidades e os custos associados a essa utilização.

Os *media* digitais propiciam diferentes tipos de interações que os *media* tradicionais não o faziam. Mas, apesar de poderem encurtar distâncias entre os sujeitos, há ações que demandam agenciamentos para além da rede. Por isso, Hjarvard (2012) pontua que,

A televisão, os telefones e a internet encurtam distâncias, mas os usuários dificilmente abandonam seus sofás ou mesas para entrar no espaço interativo. Assim, os meios de comunicação tanto conectam os participantes na interação quanto, ao mesmo tempo, criam uma distância entre o palco virtual do espaço

interativo e os respectivos contextos sociais delimitados dos participantes, dos quais eles continuam a fazer parte (HJARD, 2012: 81).

Isto significa que o fato de podermos partilhar mesmo espaço virtual, através das comunidades criadas por cada tipo de afinidades e interesses, certas delimitações espaciais não desaparecem. Não há dúvidas, também, que com os *media* digitais algumas formas de interações sociais deixaram de ser feitas, exclusivamente, no espaço físico, porque as instituições, também, *virtualizaram-se*. Exemplo dessa *virtualização* das instituições é a possibilidade de colegas da mesma instituição poderem interagir no seu dia-a-dia graças às tecnologias digitais. O mesmo se pode dizer de muitas atividades académicas que acontecem, tanto virtualmente como em presença. Isso bem o diz Fausto Neto (2012: 96), ao afirmar que “A mediatização institui um novo ‘feixe de relações’, engendradas em operações sobre as quais se desenvolvem novos processos de afetações entre as instituições e os atores sociais”.

A mobilidade informacional cria dinâmicas tensas entre o espaço público e o espaço privado, entre o próximo e o distante, entre a curiosidade e a apatia, e é nesses processos cambiantes que se produz a política, a cultura, a sociabilidade e a subjetividade. Lemos (2009) refere que,

A comunicação se estabelece nessa dinâmica do móvel e do imóvel. Comunicar é deslocar. Toda mídia libera e cria estrangimentos no espaço e no tempo. A comunicação implica movimento de informação e movimento social: saída de si no diálogo com o outro e fluxo de mensagens carregadas por diversos suportes (LEMOS, 2009: 28).

Lemos considera que, na mobilidade, há três dimensões fundamentais: o pensamento, a desterritorialização e o informacional. É aqui onde se estabelecem relações entre comunicação, espacialização

e mobilidade. Com os *media* digitais há possibilidades de consumo e de produção e distribuição de informações para além das fronteiras do mundo físico. No entanto, a cultura da mobilidade não deve ser vista como novidade ou inerente à sociedade da informação e seus aportes tecnológicos, o nomadismo é característica essencial da espécie humana. O que os dispositivos informacionais fazem é ampliar essas possibilidades de deslocamentos. Mas o fator importante que os *media* digitais proporcionam-nos, no contexto da mobilidade, é podermos expandir a nossa compreensão do mundo e de nós mesmo. Elas ampliaram o outro genérico e a relação que estabelecemos com o lugar, dada a visão expandida de outros lugares (pela experiência ou pelos *media*).

Sobre os diferentes usos de que se pode fazer com os artefactos tecnológicos da cultura digital, Lemos (2013) coloca seguintes questões de reflexão: “A internet emancipa ou é totalitária? O *Facebook* é o lugar do narcisismo e da superficialidade, ou de informações e confissões? O *Twitter* é pura emulação de pensamentos imperfeitos ou ferramenta revolucionária? Ora, eles não são nem uma nem outra coisa, podendo ser uma coisa ou outra a depender da associação em jogo. E tudo depende também do momento e do lugar” (LEMOS, 2013 24). São questões importantes para repensar nossa presença nos espaços virtuais enquanto sujeitos e atores sociais, tendo em conta diferentes problemas com os quais nos confrontamos quotidianamente, nas esferas política, social e cultural. E Martino diz algo tão importante para se pensar. Para o autor, “Uma pessoa não se torna necessariamente racista ou homofóbica na internet, mas racistas e homófobos podem se aproveitar da arquitetura das comunidades virtuais para encontrar quem compartilhe de sua visão da realidade” (MARTINO, 2014: 46). Assim sendo, há que repensar no conceito de alteridade nas sociedades mediatizadas.

MEDIATIZAÇÃO E INTERAÇÃO EM AÇÕES DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL

A autora, Michèle Sato (1997), baseando-se em Robbottom & Hart (1993), traz três categorias distintas sobre a educação ambiental, que se resumem no seguinte: *educação para o meio ambiente*, *educação no meio ambiente*; e educação sobre o meio ambiente. Todas estas categorias, a nosso ver, são susceptíveis de mediatização e um conjunto de práticas comunicacionais que caracterizam o momento contemporâneo. Essas três categorias de educação ambiental estão relacionadas com três linhas de pensamento filosófico, que são o positivismo, o construtivismo e o reconstrutivismo. Dependendo da visão de cada autor, pode se considerar que a educação para o meio ambiente é prioritária das três, no entanto, no nosso estender as três categorias ou linhas de pensamento filosófico sobre educação ambiental acima referidas são importantes, e devem ser encaradas de forma articulada.

A categoria de educação *sobre* o meio ambiente, alicerçada na corrente positivista, privilegia as experiências adquiridas no ambiente natural dos sujeitos, busca refletir sobre a interação do homem com a natureza (mesmo que tal educação não seja *in loco*). Na categoria educação *no* ambiente, de pensamento construtivista, privilegia-se a realidade concreta dos sujeitos nos processos de educação; o entorno dos sujeitos é matéria de aprendizagem. Na terceira categoria, *educação para o ambiente*, de alinhamento filosófico *reconstrutivista*, valoriza-se a interdisciplinaridade e a ação coletiva dos sujeitos; privilegia-se, também, a aprendizagem através de resolução de problemas. Em todas estas possibilidades de aprendizagem sobre o meio ambiente, os *media* (tradicionais e digitais) jogam papel preponderante, sobretudo se os tomarmos como um dos agentes de socialização.

A par do acima dito, fazendo uma leitura genérica de diferentes Declarações Internacionais sobre o meio ambiente, podemos observar que os *media* sempre estiveram presentes como espaço de materialização dos objetivos da redução dos impactos ambientais em vários países. Se atentarmos à Declaração do Rio 92, as tecnologias já estavam presentes:

Os Estados deverão cooperar para reforçar as capacidades próprias endógenas necessárias a um desenvolvimento sustentável, melhorando os conhecimentos científicos através do intercâmbio de informações científicas e técnicas, e aumentando o desenvolvimento, a adaptação, a difusão e a transferência de tecnologias incluindo tecnologias novas e inovadoras.

No entanto, está claro que quando se aborda a questão de “transferência de tecnologias” não se limita, apenas, às tecnologias de comunicação e informação, mas podemos aventar a hipótese de que elas também estejam incluídas neste princípio.

A Conferência Intergovernamental sobre educação ambiental, realizada em 1977, Tbilisi, Geórgia, na sua Declaração, já contemplava o uso dos meios de comunicação como promotores desse desiderato ao afirmar que “A Educação Ambiental deve atingir pessoas de todas as idades, todos os níveis e âmbitos, tanto da educação formal quanto da não-formal.” Acrescenta, ainda, que “Os meios de comunicação social têm a grande responsabilidade de colocar seus imensos recursos a serviço dessa missão educativa”. Aqui, pelo horizonte temporal da elaboração da referida Declaração, fica evidente que ainda não se falava de *media* digitais, mas sim dos *media* tradicionais, as massivas.

A Rio+20 traz a centralidade e necessidade de participação de todos os cidadãos nas questões ambientais, no seu Princípio 10 refere que,

O melhor modo de tratar as questões ambientais é com a participação de todos os cidadãos interessados, em vários níveis. No plano nacional, toda pessoa deverá ter acesso adequado à informação sobre o ambiente de que dispõem as autoridades públicas, incluída a informação sobre os materiais e as atividades que oferecem perigo em suas comunidades, assim como a oportunidade de participar dos processos de adoção

de decisões. Os Estados deverão facilitar e fomentar a sensibilização e a participação do público, colocando a informação à disposição de todos. Deverá ser proporcionado acesso efetivo aos procedimentos judiciais e administrativos, entre os quais o ressarcimento de danos e os recursos pertinentes.

Sem pretender esgotar o conteúdo de todas as Declarações Internacionais sobre o meio ambiente e educação ambiental, especificamente, os exemplos aqui trazidos demonstram que desde as décadas 60 e 70, dos primeiros movimentos ambientalistas, a *media* sempre esteve presente como um dos alicerces dos desideratos dessas ações de cuidado e convivência com a natureza.

Numa sociedade mediatizada em que nos encontramos, os atores sociais não são mais (somente) instituições formais em prol do meio ambiente, são, também, movimentos sociais, atores individuais, pois a sociedade em rede permite que todos e cada um estejamos envolvidos nessas *démarches*. No reforço desse reconhecimento dos movimentos sociais em rede, Manuel Castells (2009: 81) traz uma visão clara sobre a nossa contemporaneidade, dizendo que “Los conflictos de nuestra época se dirime; entre actores sociales en red que pretenden llegar a sus bases de apoyo y a sus audiencias mediante la conexión decisiva con las redes de comunicación multimedia”. Portanto, a comunicação multimídia referida pelo autor inclui os *media* digitais e suas diversas redes sociais, como espaços de interação social. O autor, também, refere-se às potencialidades que a sociedade em rede oferece para a comunicação e autocomunicação, nos seguintes termos:

La capacidad interactiva del nuevo sistema de comunicación da paso a una nueva forma de comunicación, la autocornunicación de masas, que multiplica y diversifica los puntos de entrada en el proceso de comunicación. De ahí la autonomía sin precedentes de los sujetos comunicadores para comunicarse en sentido amplio (CASTELLS, 2009: 188).

Com os *media* digitais, especificamente as redes sociais, as ações de educação ambiental ganham um novo ímpeto, dado que há maior participação e interação entre os atores sociais. Sendo assim, os movimentos sociais e as instituições direcionadas para a educação ambiental têm nas redes sociais um espaço de maior visibilidade das suas ações, no âmbito local, nacional e transnacional.

Numa sociedade em rede, os movimentos sociais “Piensan de forma local, arraigados en su sociedad, y actúan de forma global, haciendo frente al poder donde estén quienes lo ostentan, en las redes mundiales de poder y en la esfera de la comunicación”, diz Castells (2009, 542). Claro que no caso da educação ambiental não se refere a questões de poder e contrapoder, mas a lógica de atuação local e global é válida. O autor reforça suas convicções sobre as potencialidades das tecnologias nas lutas dos movimentos sociais afirmando que,

La capacidad para colgar vídeos en YouTube y otros espacios sociales de Internet, o la posibilidad de colocar links del movimiento en sitios populares como MySpace o Facebook, han ampliado los usos de la autocomunicación de masas como expresión de nuevos valores y proyectos. Los medios de comunicación alternativos están en el centro de las acciones de los movimientos sociales alternativos (CASTELLS, 2009: 448-449).

Esses espaços virtuais – *YouTube*, *MySpace*, *facebook*, *twitter* – mais do que espaços de interação entre pessoas, individualmente, servem de plataformas de retroalimentação entre instituições, movimentos sociais com outras comunidades virtuais com os quais partilhem os mesmos objetivos.

TRAÇOS DA MEDIATIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL EM MOÇAMBIQUE

Duas experiências: *Cooperativa de Educação Ambiental Repensar* e o *Movimento Lets do it Moçambique*, como organizações da sociedade civil, e a *MozBio Moçambique*, que é uma organização de conservação ambiental do Fundo Nacional do Desenvolvimento Sustentável, tutelada pelo Ministério da Terra, Ambiente e Desenvolvimento Rural. Cada uma desta organização operacionaliza suas actividades contando com a mediatização que os media possibilitam, com particular ênfase às redes sociais. No presente estudo, focalizamos a análise das três organizações no âmbito da sua actuação no facebook, como uma das plataformas digitais mais utilizadas em Moçambique.

A Cooperativa de Educação Ambiental Repensar é uma organização não governamental que, conforme a sua designação, actua na área de educação ambiental no território moçambicano. Esta organização, além de ser reconhecida e ter parcerias no País, faz parte do conjunto de movimentos ambientalistas que actuam no mundo, como é o caso do Movimento Ambiental *Lets Do It*, que tem como foco o dia internacional. Na sua página do FB, tem mais de 12 mil seguidores, o que é relevante para as suas acções.

Figura 1: Acções de preparacao do dia mundial da limpeza-2022



Fonte: Página do FB da Coop. Repensar

Conforme se pode observar das imagens acima, as acções da Cooperativa Ambiental Repensar direccionam-se a diferentes idades e, com o uso dos *media* digitais (Facebook no caso), conseguem chegar a esses diversos públicos, com vista a aderirem às campanhas de sensibilização de recolha de lixo nas praias, nos bairros e em diferentes espaços onde se note haver necessidade de intervenção. Na imagem maior abaixo, é possível observar que o sujeito que carrega sacos de lixo trata-se de um voluntário e não um funcionário de um município cuja tarefa seja, estritamente, esta. O que se mediatiza, nesta imagem, a nosso ver, são as acções associadas ao dia mundial de limpeza. Com base nestas acções de mediatização, consegue-se maior número de voluntários para o propósito do dia.

Figura 2: Campanha do dia mundial de limpeza-2022



Fonte: Página do FB da Coop. Repensar

A Cooperativa Ambiental Repensar, ao se utilizar da mediatização através das redes sociais, demonstra o reconhecimento de que além das comunidades tradicionais com as quais se interage presencialmente ou através dos *media* tradicionais, há que se fazer presente e inerpelar as

comunidades virtuais que se encontram nesta rede social.

A par das ações da Cooperativa de Educação Ambiental Repensar, encontra a organização internacional *Let's Do It Moçambique* que, conforme pode-se ler na respectiva página do FB, que integram instituições, comunidades e cidadãos juntos por um Planeta e por um País (Moçambique) sem lixo. Na sua página de FB, tem cerca de 38 mil seguidores, o que está acima do que a Repensar apresenta. Igualmente, faz-se saber que trata-se de um Movimento mundial *Let's Do It World*, que tem como acção principal promover acções conducentes ao Dia Mundial da Limpeza. Importa ressaltar que o foco do movimento *Let's Do It* é o dia mundial de limpeza, logo, não se lhes pode cobrar mais do que essas acções. No entanto, eles têm feito outras acções de solidariedade, por exemplo, mas que não trouxemos ao texto, porque desviam o nosso objectivo, que é a educação ambiental.

Figura 3: Campanha do dia mundial de limpeza

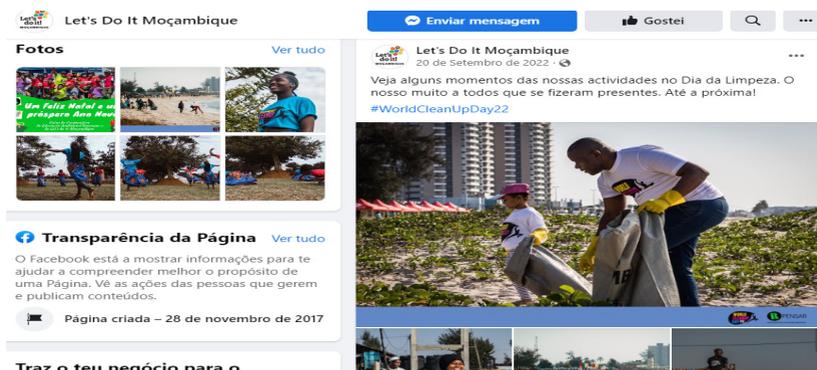


Fonte: Página do FB da *Let's Do It Moçambique*

A título de exemplo de diferentes parcerias e do impacto da mediatização das suas acções no concernente às campanhas de limpeza no respectivo dia Mundial do ano transacto (2022), segundo os dados que

constam da mesma página, nos dias 16 e 17 de Setembro, participaram cerca de 2.000.000 (dois milhões) de voluntários de diferentes faixas etárias, que abrangiam escolas, bairros, praias e comunidades. Para um País com cerca de 30 milhões de habitantes, sendo considerado um país com fracos índices de educação e, particularmente sobre educação ambiental, ter esse número de voluntários é uma ganho. Na figura abaixo, pode constatar-se as diferentes faixas etárias que participaram nas acções de limpeza de Setembro de 2022.

Figura 4: Campanhas do dia mundial de limpeza



Fonte: Página do FB da Let's Do It Moçambique

Um dos diferenciais que as acções de limpeza da *Let's Do It Moçambique* trazem é o nível de abrangência não só do ponto de vista das faixas etárias envolvidas, como temos vindo a referir, mas, também, o facto de se limitarem ao espaço da capital do país ou das praias. Se assim fosse, haveria espaço para inferir que essas acções são mais para pessoas urbanas que, hipoteticamente, supõe-se que tenham acesso à educação formal, onde há possibilidade de discussões

atinentes à educação ambiental.

A terceira e última experiência de mediatização em ações de educação ambiental, com recurso às redes sociais é a organização governamental *MozBio* que, conforme foi dito acima, trata-se de um movimento de educação ambiental que está adstrito ao Fundo Nacional do Desenvolvimento Sustentável (FNDS), do Ministério da Terra, Ambiente e Desenvolvimento Rural.

Do conjunto de suas actividades, segundo o que consta da página (FB), trata-se de um Projecto das Áreas de Conservação para Biodiversidade e Desenvolvimento, cujo foco está virado à promoção e conservação da biodiversidade, divulgação de áreas de turismo conducente ao seu desenvolvimento. No âmbito destas ações, a *MozBio* tem mediatizado diferentes espécies animais e vegetais com a finalidade de dar ampliar o conhecimento da sociedade moçambicana, bem como na necessidade de preservação de espécies que estejam ameaças de extinção.

Figura 5: Vegetação preservada e promovida pela BioMoz

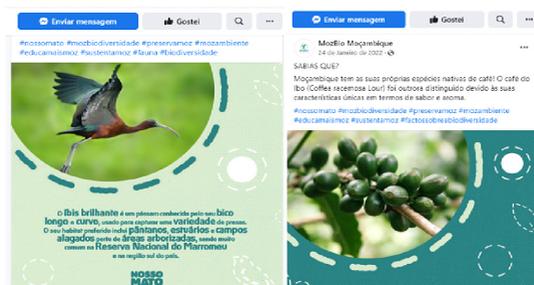


Fonte: Página do FB da MozBio Moçambique

Se tomarmos em conta que a erosão costeira constitui um dos males que afectam o país, mediatizar o potencial de que Moçambique

dispoe no referente aos mangais pode contribuir para a preservação destas espécies, assim como para as próprias zonas costeiras.

Figura 6: Espécies preservadas pela BioMoz.



Fonte: Página do FB da MozBio Moçambique

Mais de 2000 pessoas seguem esta página que, embora não esteja na dimensão de outras duas organizações acima referidas, apresenta-se como um conjunto de ações de educação ambiental que se socorrem da mediatização através das redes sociais.

REFLEXÕES CONCLUSIVAS

As discussões sobre mediatização e sociedade mediatizada são fundamentais no contexto em que nos encontramos da virtualização das instituições e das experiências dos sujeitos, particularmente olhando aos contextos dos países em desenvolvimento como Moçambique, onde os níveis de educação para o meio ambiente ainda estão a quem para responder ao básico e fazer com que diferentes pessoas e de diferentes idades sintam-se engajados no processo. Com a sociedade mediatizada, reforçam-se e se ressignificam as interações sociais entres os sujeitos, e os conceitos de tempo e espaço não se anulam, mas se transformam. Com tudo isto, nos estudos nas Ciências da Comunicação, ganham centralidade os conceitos de sociedade em rede e mediatização sem,

no entanto, descurar os meios de comunicação tradicionais e o seu lugar reatualizado pela convergência entre estas e as novos *media*.

No contexto da educação ambiental, a mediatização da sociedade e o consequente uso de *media* digitais, as ações de mobilização ganham visibilidades e as sinergias entre os movimentos sociais que lutam por causas ambientais se reforçam. Os conceitos de sociedade em rede e sociedade mediatizada têm muito a contribuir nas ações de educação ambiental, nas suas três dimensões: educação *para* o meio ambiente, educação *sobre* o meio ambiente, educação *no* meio ambiente.

Os três exemplos de uso da mediatização de ações de educação ambiental presente no texto, sobre o contexto moçambicano, demonstraram que há um recurso, sim, das redes sociais (facebook) que, porque é, também, um espaço onde se tecem as sociabilidades, e onde coabitam diferentes gerações, permitem desenvolver o sentido do cuidado da natureza como um bem comum. Além dos movimentos ambientalistas da sociedade civil (Cooperativa Repensar e o Let's Do It), o MozBio, enquanto entidade governamental, também reconhece as redes sociais como um espaço de comunicação com a sociedade moçambicana, e não só, sobre as diversas espécies de animais e de recursos florestais, assim como os espaços de preservação e conservação de espécies que se encontram ameaçadas.

Destes movimentos, notou-se que a MozBio, por exemplo, tem menor número de pessoas (internautas) que acompanham e aderem aos seus processos de comunicação através das redes sociais, o que desafia esta plataforma a intensificar e diversificar os conteúdos e as estratégias que são adoptadas para a materialização dos propósitos da criação desta plataforma virtual, que pretende potenciar o desenvolvimento sustentável no País. No caso de outros dois movimentos da sociedade civil, constatou-se há uma articulação entre ambas, o que permite articular as preocupações locais e globais sobre o meio ambiente.

Portanto, podemos compreender a relação entre a mediatização da educação ambiental através dos *media* sociais (FB) como processos comunicativos que se fazem presentes, em Moçambique, pese embora,

haja uma população bastante reduzido dos que têm acesso ao media digitais e, em geral, o acesso e os benefícios da internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. (2007) *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

BRAGA, J. L. (2006). Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. *Compôs. Bauru* Unesp.

CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Traducción de María Hernández. Madrid: Alianza editorial.

FAUSTO NETO, A. (2012). Fragmentos de uma analítica da midiatização. *Matrizes*, São Paulo, ano 5, n. 2, jan.-jun.

FERREIRA, J. (2007). *Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação*. *Compôs*, 2007. Disponível em <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/196/197>. Acessado em 30.11.2018

Freire, C. (2012). O bios virtual, o local e o papel da diversidade na educação. São Paulo-Brasil. *Revista Matrizes*. Ano 6, Nr 1.

GOMES, P. G. (2007). *O processo de midiatização da sociedade*. São Leopoldo: Unisinos.

HJARVARD, S. (2012) *Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. *Matrizes*. Ano 5 – No 2 jan./jun. p. 53-91.

HJARVARD, S. (2015). *Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias*. Tradução de Livia Silva de Souza. Parágrafo. JUL. /dez.2015 v. 2, n. 3.

INE. (2021). *Estatística dos Transportes e Comunicações*.

JENKINS, H. (2012). *Cultura da Convergência*. Trad. Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph.

LEMOS, A. (2013). *A comunicação das coisas: Teoria ator-rede e*

cibercultura. São Paulo: Annablume.

LEMOS, A. (2005) *Ciber-cultura-remix*. São Paulo, Itaú Cultural.

LEMOS, A. (2009). *Cultura da mobilidade*. Revista FAMECOS, Porto Alegre. nº 40.

MARTINO, L. M. S. *Teoria das mídias digitais: Linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

RÜDIGER, F. (2015). Os estudos de mídia e a problemática epistemológica da teoria da midiatização – uma nova escolástica? *Intexto*, v. 34, n. 3, p. 745-769.

SATO, M. (1997). *Educação para o Ambiente Amazônico*. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de São Carlos.

TRAQUINA, N. (2001). *O estudo do Jornalismo no século XX*. Brasil: Editora Unisinos.

Página do Movimento Let's Do It: <https://web.facebook.com/Lets-Do-It-Mo%C3%A7ambique-1515240705225304/>. Acesso em 16/01/2023.

Página da Cooperativa de Educação Ambiental Repensar: <https://web.facebook.com/Cooperativa-de-Educa%C3%A7%C3%A3o-Ambiental-Repensar-646867618780971>. Acesso em 16/01/2023.

Página da MozBio Moçambique: <https://web.facebook.com/MozBiodiversidade>. Acesso em 16/01/2023.

[Lets-Do-It-Mo%C3%A7ambique-1515240705225304/](https://web.facebook.com/Lets-Do-It-Mo%C3%A7ambique-1515240705225304/). Acesso em 16/01/2023.

Página da Cooperativa de Educação Ambiental Repensar: <https://web.facebook.com/Cooperativa-de-Educa%C3%A7%C3%A3o-Ambiental-Repensar-646867618780971>. Acesso em 16/01/2023.

Página da MozBio Moçambique: <https://web.facebook.com/MozBiodiversidade>. Acesso em 16/01/2023.