

ano 2 número 4 2º semestre de 1999

ISSN 1516-5981

revista de estudos sobre práticas de recepção
a produtos mediáticos



novos

olhares

Expediente

Novos Olhares



Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos é uma publicação semestral do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP.

Ano II - número 4 - 2º semestre de 1999

Anna Maria Balogh
Angelo Pedro Piovesan Neto
Eduardo Peñuela Cañizal
Gisela Swetlana Ortriwano
Ismail Xavier
José Manuel Moran Costas
Maria Tereza Fraga Rocco
Mauro Wilton de Sousa
Regina Festa
Sérgio Adorno

Conselho Editorial

Mauro Wilton de Sousa
Rafael Luís Pompéia Gioielli

Secretaria Editorial

Andréa Midori Simão
Priscila Delgado de Carvalho
Rafael Luís Pompéia Gioielli

Editoração Eletrônica e Revisão

Rafael Luís Pompéia Gioielli
Ricardo Castanho de Vasconcelos

Logomarca e Projeto Gráfico

Cartas e colaborações para a Novos Olhares devem ser dirigidas à Redação, no endereço abaixo, devidamente assinadas e com endereço e telefone para contato. A Redação reserva-se o direito de aceitar ou não as colaborações. As opiniões emitidas nessa publicação não expressam necessariamente a posição da revista.

Departamento de Cinema, Rádio e TV,
Escola de Comunicações e Artes da USP,
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443,
Cidade Universitária, São Paulo-SP
CEP: 05508-900
Tels.: 3818-4484 / 3818-4012
Fax: 3818-4316 / 3031-2752
e-mail: olhares@edu.usp.br

Sumário

Apresentação

3

Alice do País do videodrome: de como os receptores foram tragados pela interatividade da comunicação eletrônica

Ciro Marcondes Filho

4

A contaminação da AIDS pelos discursos sociais

Antonio Fausto Neto

12

Entrevista com Octavio Ianni: Globalização e Comunicação

21

Internet e Ação Comunicativa como elementos do Espaço Público sob uma perspectiva habermasiana: crise e transição

Ronaldo Nunes Linhares

29

Bibliografia comentada: Estudos Culturais e recepção

Ana Carolina Escosteguy

44



Ficha catalográfica elaborada pelo Serviço de Biblioteca e Documentação - ECA/USP

Novos olhares : revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos /
publicação do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do
Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes [da]
Universidade de São Paulo. — Vol. 1, n. 1 (1. Semestre 1998)-. — São Paulo: O
Departamento, 1999-
v. ;28 cm

Semestral
ISSN 1516-5981

1. Comunicação - Periódicos 2. Televisão - Periódicos 3. Rádio - Periódicos I. Grupo de
Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos

Apresentação

Há todo um contexto na vida política e social na contemporaneidade, aliado a processos de transformação das condições de produção e de uso das tecnologias, indicando a presença de novos processos de mediação na configuração do lugar da comunicação na vida social. É a própria comunicação, envolvendo seus múltiplos suportes e contextos sociais, sinalizando que se redefine e se institucionaliza. É um processo socio-cultural que se mostra com novos traços.

A recepção mediática perpassa esse mesmo caminho de transição e de crise, nesse contexto de uma emergente ambiência cultural. De um lado, as novas tecnologias criam divisores de água cada vez mais nítidos, sugerindo outros modos de se comunicar. Introduzem a redefinição do modo como se vivencia o tempo e o espaço, e, portanto, interferem na prática cotidiana da vida das pessoas. Por outro lado, o processo da globalização que marca a vida política, econômica e social do mundo capitalista contemporâneo, dá uma outra face, com indicações de que participa efetivamente dessa nova ambiência, a mesma que coloca a comunicação como centralidade da vida social.

E a recepção que procurava se definir ante suportes mediáticos de grande alcance, que se buscava comunicante como sujeito e componente de um público crítico, que se questionava ante limitações da interatividade tecnológica que a fazia dividida entre razão e emoção, indivíduo e sociedade, informação e entretenimento, está agora à busca de um outro perfil. E passa a se espelhar em novas mediações como a dos modos de vida, da fala, da velocidade, dos espaços e lugares sem tempo.

O presente número de *Novos Olhares* contribui para o debate desse processo de transição-redefinição da recepção mediática. Já no texto de *Ciro Marcondes Filho*, que abre a presente edição, é reconhecido que no século 21 ter-se-ia uma nova ambiência: “o espírito do século 21 será efetivamente o das virtualidades, das ações à distância, da telepresença, da grande massa dos conectados, um exército social de reserva que cada vez mais se vê apenas pela mediação esterelizante, higiênica, distanciada das telas”. E o que será recepção mediática nesse contexto?

Em outra perspectiva, *Antonio Fausto Neto* aponta que “a recepção é uma construção”, e a partir de análise de falas mediáticas sobre a AIDS, sugere que a fala-recepção se dá nas fronteiras simbólicas que estruturam diferentes modos de falar.

Já *Ronaldo Nunes Linhares* serve-se do pensamento habermasiano para identificar a recepção como componente de um processo de comunicação permeado hoje por novas tecnologias, mas processo-espaco de criação de competências, de “uma nova racionalidade para satisfazer a necessidade de novos espaços de participação, novas formas de pertencimento, práticas absolutamente humanas”.

A entrevista com *Octavio Ianni* introduz a questão da recepção em seu nexo com a sociedade globalizada, expressão renovada de uma sociedade de interesses sustentados no mercado, contexto que gera e alimenta o receptor mediático. O conflito traduz-se então, na experiência de sociedades democráticas, como o modo em que se constroem lutas e onde as práticas de recepção se integram e explicam.

A bibliografia comentada apresentada por *Ana Carolina Escosteguy*, retoma debates teóricos sobre os suportes explicativos para a análise da recepção mediática. A obra de *Pertti Alasuutari*, recentemente lançada, envolvendo a contribuição de vários autores, indaga sobre a emergência de uma nova geração de estudos de recepção, em décadas recentes, à luz das contribuições dos Estudos Culturais.

O debate e a polêmica se mostram, pois, no cerne mesmo dos modos como se compreende hoje, criticamente, a recepção mediática.

1) O sujeito cartesiano está vinculado à subjetividade, tema inaugurado por Descartes: eu penso, logo existo. Sou, portanto, ativo e o sujeito é o princípio, aquele sobre o qual se funda o conjunto do conhecimento, da moral, do direito. Trata-se de um ser livre e responsável. Diferente, senão oposta, é a posição de Marx, Nietzsche e Freud, para quem o sujeito é efeito de fenômenos que lhe escapam, de relações sociais, processos inconscientes ou vontade de potência. Para o estruturalismo, o sujeito é apenas o efeito do sistema (por exemplo, da linguagem).

2) É a posição, por exemplo, de Jean Piaget. Para ele, a inteligência não é uma forma fixa pertencente ao sujeito; tampouco é constituída de impressões que um mundo externo causaria sobre um sujeito passivo: ela é produto da gênese refletindo a interação do sujeito com seu meio, se relacionando em diferentes estádios e períodos, cuja integração sucessiva é possível pelas condições biológicas do desenvolvimento. Cf. S. Aurox e Y. Weil. Dicionário de autores e temas da filosofia. Paris, 1991, pp. 377.

3) "O narrador não pretende manifestar sua competência em contar a história, mas apenas o fato de dela ter sido o ouvinte. O narratário atual, ouvindo-o, eleva-se potencialmente à mesma autoridade./.../ Os 'postos' narrativos são de tal modo distribuídos, que o direito de ocupar um deles, o de remetente, fundamenta-se sobre o duplo fato de ter ocupado o outro, o de destinatário, e de ter sido, pelo nome que se tem, já contado por um relato, quer dizer, colocado em posição de referente diegético de outras ocorrências narrativas". Jean-François Lyotard, O pós-moderno, Rio de Janeiro, José Olympio, 1986, p. 39.

Ciro Marcondes Filho é Jornalista e Sociólogo, Professor Titular junto ao Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA/USP.

Ciro Marcondes Filho

Alice do país do videodrome: de como os receptores foram tragados pela interatividade da comunicação eletrônica

1

O tema principal dos debates sobre recepção das mensagens da comunicação centra-se numa questão clássica da cultura: será que o receptor recontextualiza o que recebe (ou seja, haveria uma certa debilidade do lado do emissor?) ou o sistema anula o indivíduo e qualquer aspiração sua à autonomia (isto é, haveria uma certa debilidade do receptor)?

O assunto remete necessariamente à questão do sujeito, amplamente discutida na filosofia ou, mais exatamente, na contenda entre idealismo e criticismo (ou estruturalismo)¹, se bem que o debate comporte um *tertius*².

E o tema desperta ainda mais interesse quando os meios de comunicação deixam sua dimensão doméstica, discreta, de veículos ou aparelhos "como todos os demais", para se tomarem sistemas complexos gerais, que enredam em sua lógica e em sua presença, em todas as direções, tudo o que é humanamente apreensível e imaginável.

Os meios de comunicação tornaram-se a teia, o sangue circulante, a matéria estruturante das relações sociais, em suma, um pouco a "alma" deste século. Os alemães denominam *Zeitgeist* ao espírito de uma época, mas eles se referem mais a um certo comportamento, uma atitude típica que ocorreu especialmente em tempos passados. Talvez os *media* de massa subvertam um pouco esse conceito, deslocando-o para um sistema que se toma típico de uma época por recompor as atitudes,

comportamentos, visões de mundo. O espírito de nossa época é a comunicação e o espírito do século 21 será, efetivamente, o das virtualidades, das ações à distância, da telepresença, da grande massa dos conectados, um exército social de reserva que cada vez mais se vê apenas pela mediação esterilizante, higiênica, distanciada das telas.

2

Na tradição oral, o ouvinte - receptor, no nosso caso - é aquele que seria o próximo narrador. Ouvir, receber a mensagem, significava memorizá-la para poder reproduzi-la e garantir, assim, a continuidade do mito original e, portanto, da própria sociedade³. Opera-se uma tripla competência: a do saber-dizer, o do saber-ouvir e o do saber-fazer.⁴

Walter Benjamin trabalha também com a questão da narrativa - para ele "uma forma artesanal de comunicação" - e a relação do ouvinte com aquilo que lhe é relatado oralmente. Para ele, a possibilidade de encontrar alguém verdadeiramente capaz de historiar algum evento vai se tomando cada vez mais rara: "é como se nos tivessem tirado um poder que parecia inato, a mais segura de todas as coisas seguras, a capacidade de trocarmos pela palavra experiências vividas".⁵

Mais além, diz que a capacidade de ouvir atentamente também está prejudicada, assim como estaria se perdendo a própria comunidade de ouvintes. Benjamin baseia esta última constatação no "ouvir atento", ao dizer que "ninguém mais fia ou tece enquanto



escuta as narrativas⁷⁶.

Na reflexão de Benjamin encontramos vários elementos da *crise da recepção produtiva*, digamos assim, aquela forma de receber a comunicação que potencializaria o ouvinte a se tornar um novo relator. Em primeiro lugar, as pessoas já não conseguem reproduzir plenamente o que vivenciaram, perdem a capacidade de verbalizar experiências; em segundo, por força do volume de informações que a imprensa passou a veicular e também das explicações a elas associadas, já não se consegue narrar, pois narrar, para ele, não supõe ilustrar com explicações; em terceiro, ninguém mais ouve atentamente.

A criação dos tipos móveis de Guttenberg, como também assinala o pensador, teria desencadeado esse processo na medida em que o romance, que depende inteiramente do livro, teria alterado a relação física do narrador com seu ouvinte. Mais tarde, a imprensa e a política de difusão de informações teriam dado mais um golpe na capacidade de transmitir, o que teria feito homens voltar das guerras emudecidos. Na medida que um sistema assume a prática do relato, os homens se desabitua da atividade e neles se atrofia a capacidade narrativa. De um lado, uma máquina a fabricar histórias e a enchê-las de detalhes e informações; de outro, uma sociedade barulhenta que inviabiliza a recepção que cala no ouvinte. Efetivamente, começa a se criar no fim do século XIX uma nova cultura, uma cultura de delegação da transmissão cultural aos meios técnicos. Se por um lado ganhou-se pela universalização, pela democratização, pela popularização da informação cultural, por outro, perdeu-se qualitativamente pelo atrofiamento da capacidade de ouvir e relatar, com todas as suas conseqüências para as gerações seguintes.

Isso, em verdade, não deixa de ser uma regra das sociedades tecnológicas: uma contínua troca qualitativa de um valor por outro, induzida pela inovação

técnica. Onde o valor era o trabalho único, personalizado, instaura-se o produto democratizado, multiplicado; onde se estimulava o homem, o tempo extensivo, a acuidade e o esmero, agora se estimula o social, o tempo intensivo (a versatilidade, a agilidade), a rapidez e a multiplicidade. Num modelo vale o bem feito; no outro, o acessível. Onde se instalava o homem como receptor, agora está a massa. Trata-se de uma comunicação cultural com novos valores, advinda da mudança tecnológica.

3

O trabalho da imprensa político-literária da segunda metade do século XIX foi o de realizar com o público receptor uma operação de estimulação para o ingresso na cena política através do voto e de cooptação eleitoral com políticos, grupos e partidos. Inicia-se uma nova era, a da produção de opinião pública, trabalho esse que busca seduzir o público leitor para um novo tipo de relacionamento com a comunicação; é neste quadro que começam a se colocar as questões do início: quem é que se debilita no processo, o receptor ou o sistema?

As lutas sociais do período compreendido entre as revoluções liberais e a Primeira Guerra Mundial levaram à *clivagem política da imprensa* no campo da politização dos meios de comunicação⁷⁷. De um lado impõem-se os grandes jornais de massa, que introduzem 120 anos atrás as manchetes, os destaques, as reportagens, trabalham melhor as capas, criam as chamadas de 1ª página. O interesse desses veículos são os grandes lucros que podem bancar as altas tiragens. A venda de espaço publicitário e a venda do público leitor como sua segunda mercadoria estimula altos investimentos, que passam a tratar o receptor como alguém que deve ser seduzido, deve sofrer a sugestão, se submeta às estratégias de captura e convencimento ao consumo. De outro lado, uma imprensa político-partidária sobrevive

4) *Idem, ibidem.*

5) Walter Benjamin. "O Narrador". In: Benjamin, W., Horkheimer, M., Adorno, T.W., Habermas, J. Textos escolhidos. Col. Grandes Pensadores. S. Paulo, Ed. Abril, 1975, p. 63.

6) *Idem, p. 68.*

7) *As décadas iniciais de 1800 já haviam sofrido as primeiras conseqüências sociais das revoluções burguesas. A sociedade se transformava: nacionalismo, socialismo e liberalismo disputavam-se como opções políticas das massas. As lutas sociais ganhavam as ruas, a reforma eleitoral estendia o direito de voto a todos os homens adultos.*

Os grandes partidos políticos, inclusive os operários, reivindicavam igualmente o poder da imprensa e meios de comunicação mais efetivos para a conquista de adeptos. Surge daí, em meados do século 19, um espaço chamado « esfera pública proletária », inicialmente na Inglaterra, com o movimento cartista. Depois, na França, com a revolução de 1848, contra a aristocracia de volta ao poder, ele marca o avanço das campanhas nacionalistas e socialistas. No mesmo ano, a liberdade de imprensa será uma reivindicação presente também na Alemanha em sua revolução de 48. Mas é nos anos que se seguem que se delineia « a grande clivagem » na imprensa: enquanto a imprensa popular ganhava as ruas, estimulando as campanhas operárias, as lutas socialistas, as conquistas sociais, os donos das empresas jornalísticas já estavam dando seu pulo do gato. A atividade que se iniciara com as discussões político-literárias aquecidas, emocionais, relativamente anárquicas, começava agora a se constituir como grande empresa capitalista. Cf. Marcondes Filho, C., A saga dos cães perdidos. São Paulo, Hacker, 2000, cap.1.



8) O sucesso de um Encouraçado Potemkin estimulou a produção socialista de bens comunicacionais. O próprio Goebbels impressionava-se com a capacidade fortemente magnetizante do filme e andava à procura de um produto igual para os fascistas (tentando cooptar Fritz Lang). Mas, mesmo entre os socialistas, era difícil repetir o sucesso. As tentativas do partido social-democrata e dos comunistas alemães eram geralmente débeis em comparação aos grandes sucessos cinematográficos do expressionismo. Por isso o grande êxito editorial de uma obra como História e consciência de classe, cuja finalidade era abrir o horizonte dos comunistas sobre a necessidade de se pensar a questão cultural nas esquerdas. Foi isso também que levou um pensador como Antonio Gramsci a ser, muitas décadas após sua morte, ainda enaltecido no campo das esquerdas: por força da limitação das obras de Marx ao plano econômico e parcialmente político, era difícil trabalhar a questão da cultura no quadro do marxismo. Sobre a época, ver: Marcondes Filho, C. O discurso sufocado. São Paulo, Loyola, 1982.

9) Em torno desta revista, no pós-guerra italiano, condensava-se a questão fundamental da politização da cultura, de inspiração gramsciana: até que ponto os progressistas na política também o eram na cultura? Assim como Bogdanov submergiu ao leninismo, Elio Vittorini não reuniu forças para fazer frente ao stalinismo de um Togliatti. Ver para isso: Marcondes Filho, C. (Org.) A linguagem da sedução. São Paulo, Perspectiva, 1986, pp. 147-161.

10) Cf. análise em Marcondes Filho, C., 1982, op. cit.

11) No sentido clássico: ideologia burguesa, ideologia proletária, etc.

junto aos movimentos sociais.

Do ponto de vista da relação com o receptor, as duas formas de jornalismo representavam duas visões de mundo relativas à comunicação, que naquela época só conhecia os meios impressos, ambas descobrindo o novo meio — um meio *de massas* - com forte potencial de mobilização e sedução. A invenção do rádio no final da Primeira Guerra e os filmes de Eisenstein, logo após a Revolução Russa, ampliariam o campo de influência e de penetração dos meios de massas, especialmente como formas de contrapropaganda à comunicação de banalidades, de produtos puramente ligados à distração, à alienação, ao erotismo.

O campo “burguês” não teorizava; simplesmente punha no mercado obras do chamado “gosto popular”, enquanto o campo das esquerdas deparava-se com o enigma de um produto que fosse ao mesmo tempo bem sucedido do ponto de vista do público e que estimulasse a formação de “consciência crítica”⁸.

A discussão sobre o uso político da comunicação transcende à guerra, recupera-se no pós-guerra (com o neorealismo, a revista *Il Politécnico*⁹), e chega até os movimentos dos anos 60. Mas aqui o questionamento refere-se à própria política cultural das esquerdas, que jamais havia tratado de forma *compreensiva* a questão da recepção.

A chamada esquerda extra-parlamentar europeia dos anos 60 realiza, então, o questionamento de toda a política comunicacional anterior, que vinha desde a grande clivagem na imprensa, apontada acima: trata-se de ativar o lado do receptor, levá-lo à palavra, fazer sua fala se tornar a emissão. Essa reviravolta fazia eco à frase de Brecht, antes da Guerra, de que o mesmo aparelho (o rádio) que serve para receber informações, serve também para enviá-las.

No movimento social europeu

tratava-se de construir um receptor crítico. Isso seria possível com a participação do ouvinte nas emissões da “rádio delirante”, com um jornal que politizasse as subjetividades, com o teatro de rua (*action painting*) que rompesse com o caráter representacional da peça, através de processos que o estimulassem a produzir seus próprios produtos mediáticos.

A mobilização para a construção de uma esfera pública participante, que fizesse oposição ao monopólio comunicacional das redes de rádio, televisão e jornais, continuava ainda na busca do Potemkin, da criação de um sistema que fizesse frente à grande comunicação de massa, de caráter alienante e estupidificante. Mas os meios são os mesmos, se trata apenas de uma briga por posições. Por isso, também essas iniciativas logo desapareceram em vista de falta de financiamento, pouco fôlego para as idéias, pouca maturidade política¹⁰.

A comunicação produzida em massa tem uma lógica intrínseca. Se ela vende produtos comerciais, idéias consumistas, sexo, ou se o interesse é, ao contrário, “conscientizar”, como se dizia na época, o mecanismo utilizado é em última análise o mesmo: uma idéia (ou vontade, ou interesse), um grande meio na mão e uma prática. O estímulo do consumismo ou do educacionismo têm, ambos, o mesmo viés: o exercício de uma forma (ou de uma vontade) de poder.

Talvez a era tecnológica, com seus processos de interatividade, virtualidade, anonimato esteja lançando outras variáveis na cena, variáveis essas que nos permitam rever - numa era sem a preponderância da ideologia" - a questão do saber-ouvir (ou do saber-ver) e do saber-narrar.

4

O que os agentes do processo de comunicação do passado não viam era que o ato de receber mensagens envolve certos *contratos* específicos. A era da produção em massa de



mensagens, aproveitando-se das possibilidades excepcionais da indústria da cultura, considerava o receptor uma espécie de “matéria prima” a ser trabalhada por essa indústria. Ignorava que no território da recepção ocorriam reações, adesões ou rejeições, o ouvir atento e o receber disperso, diálogos e silêncios, emoções e tédios, momentos de alto envolvimento, de vibração, de “desopilação”, de curiosidade. Em suma, que no campo da audiência ocorria efetivamente um processo social que caberia investigar mais densamente.

É natural que a célula familiar tenha se transformado com a instalação do aparelho de televisão em seu centro. Os fragmentos que hoje possuímos de uma época sem televisão nos dizem muito pouco da vida pré-televisiva, menos ainda da vida pré-radiofônica. É sabido que a industrialização do século 19 deu formação aos centros urbanos (entre 1860 e 1900 as cidades industriais aumentaram cinco vezes seu volume), mas há poucas indicações do lazer dessa época. Aparentemente as populações aumentadas de algumas importantes cidades industriais da época buscavam seu lazer nas tabernas, nos cabarés, nos teatros populares, nos circos¹².

Foram formas que se expandiram com o aumento da população e da demanda cultural desses centros industriais emergentes, mas pouco se sabe da relação do receptor com essas iniciativas: a cultura era oferecida como uma mercadoria qualquer e não se pesquisava nem o *feedback* do receptor nem a relação que este mantinha com os demais que constituíam seu círculo. Além do mais, estas eram promoções *outdoor*, isto é, associadas com uma vida pública e um universo de entretenimento de *boulevards*, sem qualquer indicação do ambiente domiciliar particular.

Este parecia ainda guardar o clima da vida rural em que as relações familiares se constituíam de diálogos elementares, da leitura de jornais ou

livros, da realização de pequenos trabalhos domésticos. Somente com o advento do rádio, que nos primeiros anos entretanto não dispunha de alto-falantes coletivos, pode-se dizer que se inicia a interferência direta da comunicação de massa nos domicílios, tornando-se um sistema de ruptura do *cocoon* familiar e pondo em xeque a autonomia da família na definição do que entra e do que se discute no interior do domicílio.

Do rádio para a televisão a transformação da recepção foi em graus de intensidade e qualidade. Se a recepção auditiva decaiu em função das imagens, a penetração das mensagens externas torna-se, contrariamente, menor. Ou seja, a dependência das pessoas às emissões da comunicação era muito mais forte no período do rádio do que no período da televisão. A audição tem uma força de impregnação mais forte do que a televisão exatamente porque, ao se ouvir, o mundo penetra em nosso interior, ao passo que quando vemos somos nós que nos projetamos nele.¹³

Marshall McLuhan dizia que a televisão era um meio frio, em oposição a outros — como o rádio — que são meios quentes. Em *Understanding Media*, ele aponta que os meios quentes ampliam apenas um sentido e de forma detalhada; em compensação, os meios frios apresentam tanto quantitativa quanto qualitativamente menos informação pois, por um lado, oferecem menos dados, por outro, estes são mais inespecíficos do que precisos¹⁴. O rádio, o livro e o filme são meios quentes; a pobreza de detalhes dos meios frios solicita ampliação e complementação da comunicação por parte dos receptores, esses meios exigem, dizem Kloock e Spahr, a “participação pessoal do público”.¹⁵

Dessa forma, o rádio, na origem dos processos de comunicação que interferem no ambiente domiciliar do receptor, era mais formativo, atuava de forma educativa mais intensivamente,

12) *"Durante a década seguinte ao advento da projeção de filmes, estes eram mostrados como partes de programas de vaudeville ou de variedades, em carnavais ou em parques de feiras, salas de leitura e igrejas" cf. Microsoft Encarta Encyclopedia 1999.*

13) *Freud fala de representação da palavra em oposição à representação da coisa. Enquanto a primeira é essencialmente acústica, a segunda é visual. As representações de palavra são introduzidas numa concepção que liga a verbalização e a tomada de consciência, ao passo que o sistema inconsciente apenas compreende a representação da coisa. (Cf. J. Laplanche e J. B.*

Pontalis, Vocabulário da psicanálise. 7ª ed., São Paulo, Martins Fontes, p.584-585). Há portanto um privilégio na representação da palavra. Aqui cabe também a frase utilizada por Joachim-Ernst Berendt: "O olho conduz o homem ao mundo; o ouvido leva o mundo ao homem".

Segundo ele, o primado do olho começou na história ocidental com o racionalismo e é diametralmente diferente das antigas culturas clássicas, que afirmavam que "o ouvido é o caminho" (como no Upanixade). Cf. sua obra Ouvir o Mundo. (Vom Hören der Welt. Das Ohr ist der Weg. Frankfurt/M. Network Medien-Cooperative, s/d.)

14) *Cf. Daniela Kloock e Angela Spahr. Medientheorien. Eine Einführung. Munique, W. Fink, 1997, p. 53-54.*

15) *Idem, p. 54.*



construía de maneira mais densa a posição e a ilustração dos receptores; diferentemente, a televisão, apesar de ter suplantado o rádio em termos de amplitude, extensão e importância, o faz de forma mais epidérmica, suas mensagens são tomadas de maneira difusa e não específica, é um meio menos formador. A televisão, conforme McLuhan, exige do receptor uma participação, não por ser um meio mais democrático, interfacial, dialogal, mas por ser mais superficial. Enquanto o rádio dialoga internamente com o receptor, introduz informações e conceitos que o fazem - se bem que em geral individualmente — pensar em seu mundo, a televisão mostra planos externos e informações “do lado de lá”, dificultando uma relação ou mesmo um envolvimento efetivo.

Por isso, a discussão atual da recepção deve considerar que a “era da TV” foi um período rico em imagens mas pobre em conceitos, em formação, em efetiva introdução de novidades no receptor. E que a relação de recepção criada não motivou efetiva troca mas um relacionamento antes descrente, cínico, desinteressado.

Umberto Eco disse, em seu célebre artigo sobre a TV, que seu público não se interessa se o que a TV fala é verdade ou mentira; importa, isso sim, que sua *emoção* seja verdadeira¹⁶. Vê-se por aí que a relação do receptor com o meio não é o de credibilidade mas o de espetáculo, de fascínio, de desprendimento. Por esse motivo, igualmente, seu *contrato de comunicação* não é de contestação, mas de uma relação mais lúdica com o meio¹⁷.

Convém então agora avaliar como se dá a relação dos receptores atuais da comunicação, envolvidos que estão com uma televisão de múltiplos canais, com o telecomando, com a dita “interatividade”, em suma, num quadro em que não recebem apenas informações que os fazem refletir ou que os dispersam num universo de cores, imagens

espetaculares e impactos, mas que “interferem” na co-produção dos conteúdos. Em uma palavra, mudou a recepção, mudou o processo de comunicação, mudaram as imposições - ou as trocas- comunicacionais, ou estaríamos apenas num outro nível de relação desigual? Estaria voltando o saber-ouvir e o saber-narrar? Estaria de volta o sujeito recontextualizante ou isso seria uma ilusão nostálgica e o sistema continua - e agora talvez com mais força - a anular os indivíduos?

5

Os anos 60 introduziram pela primeira vez criticamente a questão da audiência¹⁸. Tratava-se, naquela época, de *vitalizar* a recepção, de tornar o cidadão não apenas um receptor, mas um “sujeito” da recepção. Isso significava algo como “aprender a decodificar”, desmontar as notícias, por exemplo, e dar-lhes uma interpretação nova. Umberto Eco e Pio Baldelli teorizavam-na como interpretação e julgamento crítico das notícias. Para Baldelli, a contra-informação partia da informação normal e dela extraía seu conteúdo próprio¹⁹. Eram iniciativas para desmascarar, desvendar complôs, estimular a discussão pública sobre temas que era silenciados pelos grandes meios de comunicação.

A época, entretanto, era marcada por uma ostensiva dualidade entre a informação socialmente necessária e importante e as manobras manipulativas de redes monopolistas de comunicação, ou seja, havia efetivamente uma batalha ideológica no interior do processo comunicacional. Eram anos de *agonística política*, de verdadeiro combate pela conquista da opinião pública para argumentos situacionistas ou oposicionistas. Ou seja, tempos de ideologia, da polarização esquerda-direita, da conquista de “cabeças”, arregimentação em torno de bandeiras.

Esse tempo passou. O próprio Umberto Eco reconhece em seu texto sobre a televisão que esse tempo já não

16) Eco, U. Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, p. 191.

17) Lucien Sfez acredita - citando Thayer - que o receptor é criador da mensagem por adesão a um contrato de comunicação. Ele "atribui" significação: o sentido é inventado no ato. Sfez, L. Crítica da Comunicação, S.Paulo, Loyola, 1994, p. 90.

18) Os estudos empíricos norte-americanos descobriram, por meio da teoria dos dois níveis da comunicação [1954, Elihu Katz e Paul Lazarsfeld e sua teoria dos "líderes de opinião"], que todo processo de emissão em massa de mensagens por meio de algum grande veículo (jornal, rádio, televisão) depara-se com receptores diferenciados: uns recebem a informação na qualidade de "conhecedores do assunto", retraduzindo-as aos outros, menos informados, que são como que influenciados por estes na maneira de recebê-las e mesmo de as absorverem.

19) Baldelli, P. *Informazione e controinformazione*. Milão, 1972, p. 10.



existe²⁰, que o período dito “pós-moderno” inaugura uma sociedade em que há um embaralhamento total das ideologias, das intenções, dos projetos. Que não há um inimigo no outro fronte, que seja facilmente identificável e atacável. A era do totalitarismo branco da opção única (uma política: a neoliberal, uma economia: globalizada, uma comunicação: internetizada), veio com a falência da era dos embates ideológicos e seus três componentes determinantes: o desencanto, a crise dos meta-relatos e a pós-história.²¹

Por isso, a questão da recepção e da realização ou desrealização do sujeito muda totalmente de caráter. Já há uma participação mas é participação, sem resultados, sem efeitos, sem efetiva intervenção. Participa-se na escolha entre os infinitos canais, participa-se da construção de programas e filmes como mosaicos, pastiche de diferentes programas constituindo um produto híbrido, desconexo, curioso, mas jamais crítico ou contundente. Participa-se no jornalismo intervindo na matéria escrita, dando seus comentários, julgando a qualidade do texto, sua pertinência, definindo-se aí, por critérios sem muita relevância, se o profissional permanece ou não no quadro da empresa. Trata-se de uma participação perversa, pois já não se trata de interferir para a produção de um melhor, mas para aumentar o entretenimento, a ligeireza, a legibilidade, em suma, sob critérios de consumo e não mais de qualidade informativa.

Há um componente perigoso nos processos interativos massa-mediáticos de comunicação e de participação: um gosto de padrão médio, pouco exigente, pouco disposto a leituras densas, com pressa e pouca paciência impõe-se como o critério de excelência. Com isso, a cultura é forçada a manter-se no plano do trivial e do conhecido; as ousadias editoriais - assim como as do cinema, da literatura, do teatro, por exemplo - caem no campo do “não há demanda”, do “ninguém quer isso”, do fora de moda.

O público não é mais passivo, se é que algum dia de fato o foi. Hoje ele participa, envia fax, e-mails, faz telefonemas, insiste em dar sua opinião. Só que na atual configuração da comunicação, participar tomou-se não apenas lugar comum (portanto, sem valor), mas o próprio eixo do sistema, em uma palavra, foi incorporado, neutralizou-se, domesticou-se inteiramente. O estranho é não participar. Num processo em que há uma inundação de opiniões, intervenções, obsessões por falar, se exprimir, dar sua opinião, aparecer, em suma, isso já não tem mais qualquer efeito. Por força da hipertelia, a estimulação do receptor em participar acabou dando em seu contrário: a inutilidade de qualquer participação, seu desaguamento numa vala comum do excesso, do despercebido, do absolutamente inofensivo, inodoro, inútil.

E num mundo em que todo mundo quer falar, o raro passa a ser alguém que se interesse por ouvir. A inflação de vozes - como de jornais, boletins, de *web sites* em toda parte, cada um querendo provar que existe-, o ensurdecido aparelho de multiplicação de todas as comunicações - desde as mensagens de felicidades e parabéns, que são do domínio da esfera privada mas que para ganhar legitimidade precisam se expor publicamente como se fossem campanhas de vacinação -, os sistemas que hoje se propõem a satisfazer a todos em seus delírios por serem ouvidos constituem um mundo barulhento, poluído sonora, visual, sensitivamente, que ninguém de fato suporta.

Um mundo do bombardeamento maciço de informação dos grandes monopólios de comunicação foi substituído por outro, o da indústria da democratização, que vende a todos a ilusão de aparecer, de ser alguém, de marcar - não importa de que forma - sua existência, cada vez mais reduzida nos tempos atuais a uma insignificância brutal e trágica.

20) *"Era uma vez os mass media, que eram maus, é sabido, e havia um culpado. Depois havia vozes virtuosas que acusavam seus crimes./.../Pois bem, tudo acabou. Temos que começar de novo a nos perguntar o que está acontecendo"* (1983). Eco, U., op. cit., p. 181.

21) *Pelo processo universal de desencanto, a técnica moderna põe abaixo todas as aspirações da modernidade, incorporadas pelo Projeto Iluminista, assim como as ilusões do humanismo, de privilégio do homem, de evolução e progresso da espécie, de melhoria crescente das sociedades em direção ao reino da felicidade. Com a crise dos meta-relatos efetiva-se a crise das ideologias comunista, socialista, liberal ou fascista e sua extinção do campo das fantasias sociais possíveis. Não havendo mais bandeiras por que lutar, não existindo mais « destino feliz da humanidade », não havendo mais diferenças nítidas entre as culturas e os países, todos eles sob o manto conciliador (não raro totalitário) do neoliberalismo, a civilização planetária torna-se uma totalidade sem amanhã. O que marcava o engajamento, a força de luta, a combatividade dos homens da modernidade era uma « agonística geral » : a política, as investidas econômicas, o desenvolvimento da ciência, o campo de batalha cultural, mesmo a arte, a poesia, a música, a literatura, a subjetividade, em suma, tudo se situava num terreno de expectativas, avanços e recuos, vitórias e derrotas. Toda a vivência social era marcada pela agonística: como num jogo, numa luta, numa história de conquista, cada empreendimento individual, grupai, coletivo, mesmo nacional era uma maneira de se posicionar nesse «jogo », onde o que*



interessava era a vitória final. A canalização de energias, o sentimento solidário entre os correligionários, a condição psicológica de « fazer parte de uma força », preenchiam a vivência em sociedade com enorme vitalidade, espírito de luta, empenho. Por fim, a pós-história instala, ao contrário disso, o clima de eliminação do jogo, de todos os jogos, a impossibilidade do « lutar contra ». Só existe um arrastar-se para frente, um empurrar com a barriga, uma ação sem convicção nem vontade, um « desejo do nada ». Com a religião e seu ascetismo, dizia Nietzsche, o sofrimento, a dor tinham algum sentido: sofria-se por causa da « culpa ». O novo ideal ascético do homem (nihilista) tecnológico é talvez pior, pois não tem explicação, sentido: deseja-se o nada porque, excetuando-se os equipamentos eletrônicos, todo o resto acabou.

22) Sfez, L, op. cit., p. 95ss.

23) "...vem ocorrendo não apenas a crise dos conceitos caros ao pensamento moderno, tais como "razão", "sujeito", "totalidade", "verdade", "progresso". Constatamos que ao lado dessa crise opera-se sobretudo a busca de novos enquadramentos teóricos... legitimadores da produção científico-tecnológica numa era que se quer pós-industrial. /.../ Assim sendo, a atividade científica deixa de ser aquela práxis que, segundo a avaliação humanístico-liberal, especulativa investia na formação do "espírito", do "sujeito razoável", da "pessoa humana" e até mesmo da "humanidade". Com ela, o que vem se impondo é uma concepção da ciência como tecnologia intelectual, ou seja, como valor de troca e, por isso mesmo, desvinculada do produtor (cientista) e do consumidor." Barbosa, Wilmar do V., "Prefácio", em Lyotard, J.F., op.cit., pp. viii e x.

24) Carroll, L. Alice no país do espelho.

Naturalmente o saber-ouvir e o saber-narrar distanciam-se desse universo em que, ao contrário, a inflação de falas e vozes impede que se ouça qualquer coisa e que se recupere a capacidade de aprender pela absorção das mensagens comunicacionais. Ouvir hoje tornou-se de fato ler, romper o desafio de ir em busca de textos, do silêncio das participações que nos forçam a ouvi-las, a lê-las. O saber-ouvir tornou-se muito mais, por isso, um saber-ler, um processo de conseguir atravessar - sem se molhar, sem se perder em tanta espuma - esse oceano imenso de angústias por comunicação. A recuperação da leitura, disto que vamos buscar e não daquilo que quer por toda a lei se impor a nós. Só através disso o saber-narrar pode emergir como um procedimento crítico, autônomo, livre.

A comunicação não apenas vicia; ela atrela as pessoas na fantasia vã de lhes garantir a prova de existência. É sua grande ideologia, novo sistema de escravidão que torna todos presos ao mesmo destino. Michel de Certeau dizia que os sujeitos deveriam manter um distanciamento em relação aos *media* de massas.

Lucien Sfez equivoca-se ao dizer que as teorias de recepção oscilam em ter duas posições opostas, uma, advogando que o receptor é diverso, tem filtros, recontextualiza, é criativo; o emissor aqui estaria enfraquecido e sua capacidade de influenciar estaria anulada mediante a participação do receptor. Trata-se da corrente anglo-saxônica da comunicação. A outra corrente, chamada de européia, advoga que o sistema anula a diferença individual, o sujeito de desrealiza, o circuito é todo-poderoso e nele o indivíduo não pode em nada interferir.²²

São as posições apontadas no início como racional-cartesiana e crítica-estruturalista. Parece que hoje em dia nenhuma delas detém o privilégio da razão, pois nem existe mais o sujeito "recontextualizante", herança do sujeito

kantiano da emancipação²³, nem o todo opera de forma assim abrangente. Criou-se um contexto novo, fora dos padrões conhecidos de sobreposição do todo (da totalidade expressiva, do "sistema", da estrutura sobre os sujeitos) ou, menos ainda, de capacidade de interferir dos cidadãos. A mudança deveu-se às transformações sociais, culturais e políticas advindas da chamada "era tecnológica". Esta era rompeu com a ordem dominante na organização social capitalista anterior e instituiu um novo processo, agora regulado por uma ordenação sistêmica que se rege por outros condicionantes.

A era tecnológica opera antes com pares paradoxais: democracia como opressão, excesso como satisfação, liberdade como angústia, ausência de destino como destino, inexistência como vida, e assim por diante. É uma outra ordem lógica, imperceptível para os que se mantêm nas lógicas formais e clássicas, que hoje já não nos dizem nada, pois o real é paradoxal.

Nesse conjunto, perguntar-se sobre a recepção dos meios de comunicação é como imaginar tartarugas com cabeça de bezerro, elefantes fabricando mel, uma mosca do tamanho de um frango ou um sorriso de um gato, sem o gato.²⁴ A questão recepção desapareceu com a "paleo-TV" de Eco, com paleomundo das contendas ideológicas, pois aquele quadro, aquela época separava instâncias, domínios, oposições. Hoje, ao contrário, tudo se funde sob a aparência das diferenças e das autonomias; hoje se coloca muito mais a questão do envolvimento, da capturação dos homens dentro dos sistemas informáticos e de sua transformação em agentes de sua própria produção. O novo sistema não manipula, não falsifica nada, não se usa de expedientes *humanos* de sedução; é a própria tecnologia como um todo que realiza o trabalho, contando com os homens como seus agentes voluntários e determinados. A crítica ideológica

mudou de nível: é preciso que saibamos agora onde encontrá-la.

A recepção era parte de uma visão setorizada e parcializada da produção da comunicação. No momento em que a comunicação se tornou nossa vida, nossa existência material e nossa dimensão metafísica²⁵, não há como proceder a discursos parciais. A

tecnologia radicaliza as questões e não permite alternativas; nesse caso, o destino do pensamento e do atrevimento humano só podem se situar no plano do questionamento de todos os territórios onde a tecnologia impregnou com seu evangelho de libertação, salvação, purificação.

Bibliografia do autor

- Massenmedien als politische Handlung. H. P. Gerhardt, Frankfurt, 1981.
- O discurso sufocado. Ed. Loyola, São Paulo, 1982.
- A televisão. Ed. Scipione, São Paulo, 1985.
- Ideologia. Ed. Global, São Paulo, 1985.
- O capital da notícia. Ed. Ática, São Paulo, 1986.
- Quem manipula quem? Ed. Vozes, Petrópolis, 1986.
- Violência das massas no Brasil. Ed. Global, São Paulo, 1986.
- Violência política. Ed. Moderna, São Paulo, 1986.
- Televisão, a vida pelo vídeo. Ed. Moderna, São Paulo, 1988.
- Jornalismo fin-de-siècle. Scritta, São Paulo, 1993.
- Sociedade tecnológica. Ed. Scipione, São Paulo, 1994.
- Superciber. A civilização místico-tecnológica do século 21. Ed. Ática Shopping Cultural, São Paulo, 1997.
- A saga dos cães perdidos. Ed. Hacker, São Paulo, 2000.

Coletâneas

- Imprensa e capitalismo. Ed. Kairós, São Paulo, 1984.
- A linguagem da sedução. Com-Arte, São Paulo, 1985; Perspectiva, São Paulo, 1988.
- Política e Imaginário nos meios de comunicação. Ed. Summus, São Paulo, 1985.

Coletivo NTC

- Pensar-Pulsar. Cultura comunicacional, tecnologias, velocidade. Edições NTC, São Paulo, 1996.
- Vivências eletrônicas: sonhadores e excluídos. Edições NTC, São Paulo, 1998.

25) Nunca é demais lembrar a frase de Heidegger, de que a essência da técnica é algo de natureza não-técnica.



A contaminação da AIDS pelos discursos sociais.

I. Introdução

As estratégias que os jornais desenvolvem para cobrir os acontecimentos servem para distintos fins: para aqueles pelos quais os sistemas midiáticos instituem a realidade e, também, para provocar os analistas de discursos no trabalho de descrever e de interpretar diferentes funcionamentos das operações enunciativas pelas quais os acontecimentos tomam forma no âmbito do regime de discursividades dos processos midiáticos.

É no trabalho de descrição/interpretação das estratégias que os analistas podem compreender o papel estratégico dos *media* enquanto, dentre outras coisas, matriz de construção de vínculos sociais. Ao mesmo tempo, podem teorizar acerca das relações das práticas midiáticas enquanto práticas de natureza igualmente simbólica.

Desse modo, partimos de um determinado caso - as mídias impressas face a AIDS¹ - para entender a complexidade que rege, hoje, cada vez de maneira mais problemática, as inserções e os papéis dos dispositivos simbólicos de comunicação na construção das diferentes esferas da vida, especialmente nas suas relações com “sistemas de recepção”. Nossas preocupações estão voltadas para o papel que o “regime de mediatização” tem no estabelecimento do espaço mas, igualmente, para a qualidade do debate que a sociedade trava sobre temas que tocam sua própria inteligibilidade, através das instituições e dos atores, segundo estratégias e

táticas simbólicas que lhe são peculiares.

O tema da AIDS se constitui numa questão de referência singularmente importante. De um lado porque ele é semantizado pelas mais diferentes instituições contemporâneas, produtoras de conhecimentos e de comportamentos. Por outro lado, pelo fato da sua compreensão semântica ter se instituído ao mesmo tempo em que as instituições construam estratégias para enunciá-la. A AIDS não tinha, até pelo menos os anos 80 - data provável do seu surgimento -, uma “história discursiva” que a fizesse “repousar” em reservatórios lingüísticos e culturais. Sua entrada em cena nos corpos dos indivíduos e também no tecido social impõe um “pedido” de designação, algo que vai se tecendo, a partir dos regimes de discursividades das diferentes instituições que passam a lidar com este fenômeno corpóreo e, igualmente, simbólico.

Nesta perspectiva, a AIDS é uma “dupla doença da atualidade”² enquanto fenômeno epidemiológico, mas igualmente enquanto um fato discursivo e, de modo mais restrito, da discursividade midiática. Sem as operações midiáticas, certamente pouco - ou quase nada - poderíamos saber ou quem sabe pronunciar a respeito do vírus, seus sintomas, suas manifestações e seus efeitos.

Portanto, nosso interesse é refletir sobre uma “entrada em cena” concomitante: a da AIDS como ocorrência clínica e social, e a dos *media* - especial-

1) Ver pesquisa: "A construção da AIDS nos media brasileiros: leitura e avaliação das estratégias discursivas". Rel. de Pesquisa. CNPq, Brasília. 1998.

2) Ver Eliseo Veron: *Le Sida: une maladie d'actualité. Causa Rerum*. Paris. 1988.

Antonio Fausto Neto é professor do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS, Rio Grande do Sul, Brasil.



mente jornalísticos - na sua tarefa de produzir possibilidades de significação.

Não falaremos de um modo abrangente sobre as características de operações discursivas que caracterizam as estratégias que os media jornalísticos brasileiros levaram avante numa faixa de 15 anos, conforme pesquisamos em material recém publicado na forma de livro³. Vamos destacar, especificamente, uma operação dentro das diferentes estratégias adotadas, face à sua pertinência para a natureza deste fórum de trabalho. Apresentaremos, de modo pontual, um exemplo de como os jornais instituem, constroem e fazem funcionar o “mundo da recepção” nas próprias fronteiras da estrutura produtiva da oferta de sentidos.

II. A Recepção, operação simbólica

A recepção não se constitui numa noção longínqua - de receptores a serem capturados em meio à diferença do tecido social. Não se trata deste lugar passível de ser possuído pelas “artimanhas” das estratégias dos discursos jornalísticos. Tampouco é uma construção abstrata, definida por tipologias. Vamos admitir, como alternativa a tais considerações, que a recepção seja uma construção, algo que já está, se institui e se estrutura no interior do próprio campo simbólico da prática midiática. Portanto, a recepção já está ali na própria instância do discurso em oferta, instituída por um sem número de operações típicas à competência do “modo de dizer” dos discursos jornalísticos.

O modo através do qual a recepção aqui vai ser mostrada e estruturada resulta da modalidade através da qual o campo jornalístico se apresenta hoje no espaço público. Vemos que os jornais realizam várias competências discursivas a fim de nos prover de um real por eles engendrado. Não se trata apenas de realizar operações de “fazer crer” nas coisas por eles ditas. Também não são mais lugares de observação, de onde nos falamos sobre um real... Nem tão

pouco nos “fazem saber” sobre tantas outras coisas. Os jornais se convertem em um “ponto de contágio”, onde não só nos fazem falar mas, igualmente, nos constituem como atores do seu próprio regime de produção simbólica. A exemplo da “TV Representação”, que se transforma na “TV Expressão”, os jornais vão operando determinadas modalidades - simulatórias e/ou reais - que apontam, igualmente, para as novas formas com que pensam lidar, de maneira simbolicamente diferenciada, com os seus leitores.

Na longa cobertura dada à questão da AIDS, vimos que os jornais foram “presas” peculiares das grandes fontes especializadas, especialmente àquelas oriundas do campo médico e do mundo da pesquisa e da indústria farmacêutica. Rigorosamente, ainda que regendo “as falas das fontes” com a dominância de suas regras próprias de enunciação, não conseguiram escapar de ressonâncias e de “vestígios” típicos do “modo de dizer” das instituições que num outro lugar lidavam com a AIDS. Possivelmente, no âmbito da titulação, é onde os jornais conseguiram dispor de uma relativa autonomia, para tentar descrever, à sua maneira, possível veracidade dos fatos.

Porém, é num outro lugar de sua organização hierárquico-editorial que os jornais experimentam uma maneira peculiar de apresentar suas novas características identitárias no espaço público. É no âmbito de suas seções editoriais que os jornais permitem que se fale de “uma outra AIDS”, circunstância que lhes permite operar novas possibilidades de construção de vínculos com o leitorado.

A chamada estrutura de artigos, carta dos leitores e editoriais é, de fato, transformada num espaço de reflexões e de debates sobre a AIDS. Os jornais, ao lado de suas funções de anunciabilidade dos fatos, instituem modalidades de interação entre leitores que, neste caso, são convertidos em

3) *Ver Comunicação e Mídia Impressa: um estudo sobre a AIDS. Antônio Fausto Neto. Ed. Hackers. SP. 1999. Ver também o artigo Processos midiáticos e construção da AIDS- (Antônio Fausto Neto). In Comunicação e Contemporaneidade. N. 1 os 92/100. Universidade de Cruz Alta 1999.*



“receptores especiais”. Trata-se de pessoas de diferentes perfis técnico-político-sociais, representando diferentes instituições ou a si próprias, que escreveram cartas e artigos relativos ao tema da AIDS em diferentes edições.

Nestas condições, os *media* operam uma espécie de gestor de debate público segundo regras inerentes ao seu funcionamento. Por outras palavras: os *media*, convertidos em espaços públicos, animam, segundo operações dos seus próprios saberes, discussões que envolvem atores de diferentes instâncias do mundo público e, sobretudo, privado.

É nestes termos que os dispositivos jornalísticos não funcionam somente como mediadores de outras representações sociais, nem tão pouco se limitam à tarefa de promover interações entre os atores sociais. Vão além, na medida em que promovem a disputa de sentido entre diferentes instituições e atores, segundo regras, disposições e operações inerentes às fronteiras do *habitus* e da cultura jornalística. É neste momento que as novas estratégias do discurso jornalístico visualizam as condições pelas quais o campo dos *media* estaria se voltando para a construção de novas possibilidades de intersubjetividades na sociedade. Os *media* se convertem em dispositivos que intervêm na própria estruturação e no funcionamento do espaço público, segundo modalidades de ações, de estratégias e competências que emanam das operações simbólicas do funcionamento das suas enunciações.

Os jornais são transformados em “terreno de luta”, em local de embate e de debates protagonizados por diferentes falas que ali se constituem e comparam, e que têm na “fala jornalística” sua condição de anfitriã. Trata-se de uma “política e linguagem” que é regulada e que se produz segundo os constrangimentos da própria lógica da

oferta do dispositivo de produção de sentidos. Parece oportuno assinalar que o dispositivo jornal é, ao mesmo tempo, espaço de recepção e de produção de discursos: recepção na medida em que se autoriza a receber falas de outros lugares institucionais. E de produção, quando submete-as à competência do seu modelo de produção de sentidos. Isto permite dizer que o jornal é um lugar de “passeios” de sentidos vários, mas também de produção de sentidos que lhe são próprios uma vez que “monitora”, ao seu modo, o fluxo dos “passeios”. É sob sua “égide” que se toma possível a emergência de falas sobre a AIDS, das diferentes “zonas de recepção”, no “miolo” e nas fronteiras do dispositivo jornalístico. As falas que vão ser indicadas e analisadas são discursos emanados de uma estrutura de recepção que pode ser configurada, nas suas condições, na medida em que o jornal a coloca num determinado lugar possível de suas hierarquias, de onde ela possa, justamente, falar e vir a ser reconhecida enquanto tal.

III. O Jornal, operador da Recepção

Em que consiste esta “arquitetura” de enunciações do campo da recepção no âmbito do próprio dispositivo de produção? Sabemos que a topografia do jornal é organizada segundo uma hierarquia que traz implicitamente uma certa organização do mundo. Dessa forma, no chamado espaço editorial, o jornal constitui distintos “regimes de falas”: sua própria competência em produzir sentidos, ou seja, regras do que se deve fazer ou não, e também o “acolhimento” de falas outras - especializadas, ou não -, através dos artigos assinados e das “cartas de leitores” que, embora editadas pela redação, não deixam de trazer vestígios e marcas do seu “sistema de produção”. É na estruturação e funcionamento deste espaço que o jornal possibilita o funcionamento de experiências de subjetivações, mediante estratégias de interação



que têm como referências distintos frames. Através dessas possibilidades reguladas, a recepção se institui segundo regras de co-produção discursivas: aquelas que emanam das competências do mundo do leitor e aquelas outras específicas à cultura do jornal.

Tomamos basicamente como referência um conjunto de fragmentos de falas publicadas no período estudado por nossa pesquisa, no âmbito das seções “Carta dos Leitores”, artigos assinados e alguns editoriais⁴. Pretende-se mostrar como esta “recepção instituída” “constrói” a AIDS e seus “efeitos”, designações que são disputadas mediante estratégias, onde os sujeitos se remetem uns aos outros, mediante diferentes enunciações sobre as quais eles se reportam. De modo particular assinalaremos:

a) a percepção, construída na forma de discurso, que cada ator tem sobre a AIDS;

b) a percepção que um ator tem da percepção de outro ator sobre suas respectivas construções a respeito da AIDS. Procuraremos mostrar os envios e re-envios que cada um dos discursos faz na direção do outro, reciprocamente. Também veremos a especificidade do “lugar de fala jornalística” que, se construindo mediante o espaço editorial sinaliza, de certa forma, sua diferencialidade face às demais posições de outros atores e instituições sociais, ao mesmo tempo em que aponta para sua condição de dispositivo de controle, produção e de articulação destas diferentes falas.

Em suma, estamos no interior de uma “situação de comunicação” na qual a AIDS é uma decorrência de vários movimentos, jogos, sinalizações, contágios e operações movidas por diferentes sistemas de enunciação e respectivos enunciadores.

IV. Um ensaio de leitura

Temos os seguintes textos (fragmentos de carta, artigos e editoriais),

agrupados em três conjuntos:

Conjunto 1 - Falas do Jornal

Conjunto 2 - Falas das Instituições

Conjunto 3 - Fala dos Atores

As falas do jornal aparecem inseridas no contexto dos editoriais. As falas institucionais no contexto de Artigos e de Cartas aos Leitores, enunciadas através de representantes de diferentes campos e, finalmente, as falas dos atores, que se apresentam em nome próprio através da seção Carta dos Leitores.

Os diferentes discursos realizam segundo pragmáticas próprias, várias “tarefas semânticas” sobre as percepções que estes diferentes conjuntos têm sobre a AIDS. Denúncias; elogios; solidariedades; conclamações; ataques; interpelações; advertências, etc., ações que emanam do “chão sócio-histórico-situacional-ideológico”, junto ao qual os discursos estão inseridos enquanto práticas, igualmente, sociais. É nestas condições que os jornais se instituem como “espaço público”, constituindo o “espaço do leitor” e se convertendo num dispositivo pelo qual processos sociais são modelizados segundo a ação midiática.

Vejam como a AIDS é, para além de sua dimensão epidemiológica, uma questão discursiva. Como ela é aprisionada pela “ordem dos discursos” dos diferentes campos de poderes e de saberes, daí resultando, como efeito de discursividades, uma multiplicidade de AIDS que toma conta do corpo social pela regência do trabalho dos discursos.

1.- (as falas dos atores: discursos de ataques e de solidariedades)

Trata-se de um conjunto de falas que operam “comandos” de ataques às estratégias deferidas pelas políticas públicas relativas à AIDS, baseadas no uso de preservativos. Ao mesmo tempo, de outras falas “solidárias” e “cúmplices” com outros discursos que têm como alvo, igualmente, as estratégias

4) Os jornais estudados foram: Folha de São Paulo (FSP); O Globo (OG); Correio Brasiliense (CB) e A Tarde (AT).



governamentais. Finalmente, falas que caracterizam concepções de pontos de vistas distintos entre especialistas dos campos da saúde mental e da saúde. Alguns exemplos.

A) Atacando as políticas públicas.

(T 1) - (...) *A propaganda do Ministério da Saúde sobre o uso da camisinha é de um profundo mau gosto. Há outros meios de se difundir o uso do preservativo, sem lançar mão de apelações baratas*" (G. SILVA, OG 6.10.95)

B)- Atacando as campanhas: os valores como alvo.

(T 2) - *"A recente campanha do Ministério da Saúde, visando deter a disseminação da AIDS, além de aviltante é falsa e totalmente anti produtora, porque promove os fatores que estimulam o mal que pretende combater. A sodomia e a promiscuidade sexual encorajadas pela campanha constituem as principais fontes de manutenção e disseminação do vírus."* (JE Santos, 14.10.95)

C)- Solidarizando-se com ponto de vista institucional

(T 3) - *"Meus parabéns a Dom Eugênio pelo discernimento demonstrado em seu artigo no qual tece considerações sobre o mal da AIDS.(...) A propagação da AIDS será evitada com o combate à degradação moral e a promiscuidade sexual, como diz racionalmente o arcebispo "*(S/R OG 5.3.97)

(T 4) - *"Dom Eugênio em sua sabedoria e bondade fala mais uma vez sobre a calamidade da AIDS. (...) Parece incompreensível que, diante de uma epidemia como esta, da AIDS, se pense e se fale em tudo que o assunto possa sugerir na linha médica e na linha de preservativos(...) e não se diga uma palavra sobre a raiz de todo o mal que é de ordem moral. "* (s/r .OG 16.10.93)

D)- Falas de contraposição

(T 5) - *"O argumento de que não se*

conhece nenhum caso de AIDS contraído na escola, em contato com portador de AIDS, não tem nenhuma sustentação científica (...). " Ricardo Veronesi, médico- infectologista. (FSP 27.5.92)

(T 6) - *" O Dr. Veronesi (...) faz afirmações sobre o risco de contagem das pessoas contaminadas pelo vírus da AIDS, que não vou contestar pois, além de não ser a minha seara, seus pares já o fizeram. Entretanto, é doloroso quando um especialista não consegue conter dentro de si o pavor diante dessa doença, vomita à população indefesa o seu pânico.(...) a comunidade não pode entrar na onda do Dr. Veronesi."* Marta Suplicy - Psicanalista. (FSP 13.6.92)

Este conjunto de falas de "receptores instituídos" pelas operações enunciativas são atribuídas a diferentes atores sociais que falam neste "espaço do leitor", segundo as ritualizações estipuladas pelas regras do discurso jornalístico. São falas de diferentes lugares - da doxa aos especialistas - que são colocadas num mesmo patamar de enunciação. Se o discurso midiático as insere numa mesma hierarquia - pois neste espaço todas as falas selecionadas são efetivamente pronunciadas -, isto não quer dizer que estas elaborem as mesmas problemáticas discursivas. O fato de serem falas que procedem de diferentes lugares, faz com que elas se coloquem em diferentes dimensões, o que lhes leva a construir várias problemáticas e, também, destinatários. O que fazem estas falas? A quem falam? O que produzem como efeitos de suas discursividades? São proferidas em temporalidades distintas, pois na sua maioria são inseridas neste espaço em datas diferentes. Mas se pode dizer que elas se conectam uma a outra mediante operações que transcendem ao tempo cronológico.

Nos fragmentos aqui tomados como

exemplo, observamos que a questão da AIDS é desdobrada em problemáticas que se afunilam em temas específicos: a questão das políticas oficiais de propaganda; os conteúdos dos temas por elas tratados; a atribuída negligência às temáticas de fundo moral; os prognósticos e diagnósticos de especialistas; etc. Se não há um “diálogo” - em “linha direta” - entre estes enunciadore, contudo pode-se dizer que eles, segundo transversal idades peculiares, tratam de questões que se aglutinam em tomo de problemas muito específicos: o Estado como alvo, através das campanhas que priorizam a difusão do preservativo em oposição ao abandono das questões de fundo ético e moral. De certa forma, colocam em oposição aspectos do chamado “discurso científico” (médico-farmacêutico) em relação ao “discurso moral-comportamental”. O que parece estar em causa não é a possível eficácia de uma determinada estratégia que pode, ou não, ajudar a combater a disseminação do vírus e também oferecer possíveis saídas para cura da AIDS. O que está em jogo são “questões de fundo” respaldadas em matrizes culturais-comportamentais. E como há determinadas circunstâncias em que a “doxa” parece não se sustentar sozinha, seus “intérpretes” preferem avocar determinados “argumentos de autoridade”, em detrimento de outros - construídos em contextos de realidades onde se vêem mais identificados. Esta tomada de fala, como empréstimo, é uma operação muito peculiar que não obstante lembrada por aqueles que delas fazem uso, somente pode ser ativada por aqueles que cuidam da organização deste espaço (público e simbólico - no caso os editores-jornalistas), e noutra esfera, os analistas de discursos. É por conta desta orquestração de discurso, animada pelo trabalho da enunciação jornalística, que a AIDS toma forma, gerando-se a partir disso possibilidades de inteligibilidade.

2. (As falas das Instituições e/ou dos seus atores: discursos programativos e de combates)

Temos aqui um conjunto de falas emitidas por atores pertencentes à diferentes instituições sociais (médicos, religiosos, militantes dos movimentos sociais). São falas de contraposição, caracterizadas por estratégias nas quais os enunciadores procuram desqualificar os pontos de vistas em conflitos. Nestas circunstâncias, eles se estabelecem no momento em que fazem do enunciado do outro as “condições de produção” para o estabelecimento de suas interações.

A)- As Falas Programativas

(T 1) " *Existe uma abundância de explicações sobre a AIDS, mas não se põe o dedo na ferida, a necessidade de uma radical mudança no comportamento moral vigente.*" Dom Eugênio Sales - Cardeal -Arcebispo do Rio de Janeiro. (CB 13.8.89)

(T 2) " *A Igreja exorta a todos, insistentemente, a viverem em conformidade com os padrões de conduta moral, que são os únicos a dar a expressão da verdadeira dignidade da pessoa humana. A única maneira de evitar este mal, por via sexual, é abstinência ,pois ter relações com pessoas contaminadas é correr um grave risco. Não há outro caminho.*" Dom Eugênio Sales. (OG 27.7.93)

(T 3) " *Nosso esforço é fazer com que as pessoas entendam que a AIDS não é "problema dos outros ". A epidemia é uma ameaça a todos. Ela só será vencida se cada um se sentir parte do problema.*" Eduardo Cortês, Coordenador Nacional da DST/AIDS. (CB 7.2.92)

(T 4) " *É possível controlar a epidemia da AIDS. Enquanto a ciência não descobre uma cura, só depende de nós.*" Eduardo Cortês, Coordenador nacional da Divisão DST/AIDS. (FSP 16.7.91)



B) - Falas Desqualificadoras

(T 5) *“Colocar a AIDS como castigo de Deus e besteiras do mesmo jaez configuram demonstrações meridianas de quem prefere semelhantes asneiras não só se mostra desprovido de atributos cristãos, mas também pela imensa presunção de quererem assumir a interpretação de que Deus quer ou não fazer como penalidade. Como ele sabe disso? Deus conversa com ele todas as quartas feiras?”* Vicente Amato Neto, Superintendente do Hospital das Clínicas. (FSP 2.4.92)

(T 6) *“No contexto das alterações cogitadas, começam a surgir abordagens sobre dispositivos legais que precisam levar em conta o advento dessa maldição alimentada sobretudo por indivíduos homossexuais ou bissexuais, pessoas que injetam drogas nas veias e serviços de hemoterapia que não zelam pela qualidade do sangue ou derivados a ser transfundidos.”* Vicente Amato Neto, médico, Superintendente do Hospital das Clínicas. (FSP 7.6.88)

C) - Falas de Combate

(T 7) *“A visão de que a AIDS é um problema eminentemente de grupo de riscos é uma visão absolutamente ultrapassada e retrógrada já há muito tempo em todos os países. Apesar disso, pessoas pertencentes ao meio científico insistem neste conceito.”* Paulo César Bonfim, Presidente do GAP-SP. (FSP 1.7.90)

As falas institucionais se estruturam em tomo de vários enquadramentos, na sua maioria caracterizados pelo desejo de se constituírem em “discurso competente”. Voltados para aspectos programativos, desqualificativos, conclamativos, etc., estes discursos, situam a AIDS para além da questão médico-farmacêutica, talvez aproximando-se mais de ações político-comportamentais.

Lembram sobre a importância de um

determinado “modo de viver” das pessoas, cujas pautas morais sejam convergentes com prescrições estipuladas por determinados campos de poder e de saber, como é o caso das pautas proclamadas pelo campo da religião. Fazem disputar pontos de vista através dos quais a ciência tenta se diferenciar da doxa, contrapondo-se ao ponto de vista religioso sobre a questão da AIDS e, ao mesmo tempo, lembrando ser ela também um “discurso de autoridade”. Protagonizam a AIDS, colocando os indivíduos entre a mira dos cuidados médicos e os da militância. Já o discurso do campo político-administrativo procura se distinguir daqueles dos demais campos, dispondo-se como uma “fala convocatória” que se diz porta voz dos interesses de todos os cidadãos. Assim, o combate da AIDS reside na adoção de uma militância sustentada mais na vontade do que nas racionalidades da ciência.

V. De uma Fala Outra

O discurso jornalístico tem competência para instituir o “espaço do leitor”, orquestrar suas respectivas possibilidades de produção de sentido, construir, como efeito de sentido, a noção de um certo embate que a sociedade trava não mais nos fóruns convencionais, mas nas tessituras simbólicas dos próprios jornais. Para além destes poderes, o jornal aprofunda mais ainda sua condição de dispositivo de organizador de sentidos, quando, além de instituir a recepção e o debate que esta trava sobre a AIDS, toma partido deste debate, diferenciando suas percepções e, de modo especial, sua posição no interior deste.

Para além das protagonizações de opiniões e de pontos de vista, o jornal age como “magistrado”, estando acima da refrega das instituições e dos atores sociais. E faz operar esta forma enquanto “personagem singular”, através da sua atividade editorial, de onde emite seu ponto de vista.



(T 1) *“Não cabe (...) ao Estado, nem muito menos há tempo e condições objetivas para (...) exercer função de condutor espiritual do povo. Grande parte da população não é sensível a argumentações de natureza religiosa, seja porque não tem credo algum, seja porque não se dispõe a transformar seus padrões de comportamento.”* (CB 27.2.95)

(T 2) *“Governo e instituições religiosas não podem estar dissociados em combate de tal relevância. O que está em jogo são milhões de vidas humanas e a formação moral de toda uma geração”* (CB 26.12.95)

O jornal condensa para si responsabilidades de várias instituições outras, mediante o funcionamento de operações enunciativas pelas quais diagnostica os problemas; cobra providências; critica posturas; lembra responsabilidades; pauta a importância de valores e estratégias; traça metas; estipula a qualidade das alianças e seus respectivos atores. O jornal destaca a posição que passa a ter neste “jogo”: de Receptor dos discursos outros, de instituidor do “espaço do leitor” e de articulador e organizador dos diferentes discursos, passa à circunstância de formulador de pautas e estratégias a serem observadas por aqueles que, até então nele pelejavam como co-atores de uma problemática cultural e humana. No nível da enunciação o jornal faz falar seus interlocutores mas, ao mesmo tempo, diferencia o espaço e a qualidade de sua própria fala. Para além da sua competência em fazer falar outros lugares por ele instituídos na sua própria espacialidade simbólica, o discurso jornalístico procura destacar uma das dimensões capitais da sua pedagogia: mostrar que seu poder de instituir vínculos sociais é diretamente articulado a uma possível nova vocação, na qual os *media* se convertem em instância de regulação social. Seu poder

está aí. Sobre os efeitos das ações dos *media* face à questão da AIDS, pode-se dizer que eles dependem destas possibilidades dos modos de operar discursos.

VI. Os Discursos contaminam a AIDS: Falas entre efeitos de discursividade

Convertidos em atores, os “receptores instituídos” pelejam em tomo de suas respectivas posições. Estado e Igreja fazem coincidir sua pragmática genérica de atração do “mercado simbólico”. A Igreja exorta a “todos” a viverem em conformidade (...). O Estado é conclamativo: nosso esforço é fazer com que as pessoas entendam que a AIDS é um problema de todos. Estado e Igreja se remetem aos outros de maneiras indistintas, tratando-os como espécies de coletivos que são alvos de suas políticas e de suas pastorais. A Igreja apresenta receitas de fundo dogmático: “a única maneira é a abstinência”. A sociedade - o mundo da vida - tem opiniões divididas: a doxa está do lado do discurso moral religioso (“parece incompreensível (...) que não se diga uma palavra sobre a raiz do todo o mal que é de ordem moral”). O discurso da sociedade militante combate o discurso médico e se apresenta segundo uma perspectiva moral. Este, por seu lado, denuncia “a maldição alimentada por indivíduos homossexuais (...)”. O outro, o da militância, combate a discriminação: “A visão de que a AIDS é um problema de grupo de risco é absolutamente ultrapassada e retrógrada (...)”. A todas essas falas sobrepõe-se a “fala organizadora” do jornal, num duplo sentido: fazer falar os seus co-receptores mas também conclamá-los a um “fazer fazer”: “governo e instituições religiosas não podem estar dissociados em combate de tal relevância (...)”. É nesse espaço que a AIDS é co-apresentada, por força dessas tensões discursivas ela é contaminada pelos discursos sociais. É por força, finalmente, dessas interações, que a AIDS toma forma.



Conclusão

A “fala societária” sobre a AIDS não passa em qualquer lugar. Para que ela exista e seja reconhecida, é necessário que ela se constitua em decorrência do poder de fazer falar que tem o jornal. É no interior deste dispositivo - enquanto efeitos de fala - que a recepção existe e que a AIDS é por ele nomeada. Rigorosamente, as instituições não podem falar da AIDS fora das fronteiras simbólicas que estruturam seus modos de falar.

O jornal é uma espécie de sujeito-leitor, pois no momento em que submete às falas dos usuários à sua competência está, automaticamente, lendo os discursos sociais da sua perspectiva. Tenta organizar sentidos na perspectiva de sua gramática de produção, buscando regular indeterminações entre produção e reconhecimento. Busca aplinar distâncias muito complexas através de uma suposta transparência de opacidades que não podem, elas, serem tomadas às claras. A ordem do sentido é

reduzida à ordem do fazer jornalístico. Mas o efeito maior do lugar-leitor que caracteriza o jornal é fazer com que os diferentes discursos sociais, produzidos por diferentes instituições e atores, e que são assujeitados à sua lógica de funcionamento, contaminem a AIDS com peculiaridade tal, transformando-a numa doença também causada pelas transações discursivas.

É em função destas características da “ordem do discurso”, hoje, que a fala-recepção é trabalhada por outras falas. É por estes caminhos que a AIDS está no meio de nós. A rigor, a AIDS contamina a dimensão do corpo, mas é também contaminada pelo corpo dos discursos sociais. Enquanto efeito de discursividades, a AIDS é produto e efeito de várias estratégias. Podemos terminar propondo uma pista para eventuais desdobramentos desse trabalho: a **AIDS da Recepção** é uma consequência de transações de uma fala a outra.

Bibliografia do autor

- Comunicação & Mídia Impressa- Estudo sobre a Aids Ed. Hackers.SP, 1999.
- O impeachment da Televisão- Como se cassa um presidente. Ed. Diadorim - RJ, 1995.
- Mortes em derrapagens: os casos Corona e Cazuza no discurso da Comunicação de massa. Ed. Riofundo, RJ, 1990.
- O Corpo Falado: a doença e morte de Tancredo Neves nas revistas semanais brasileiras. Ed. UFPb/PROED-MEC. João Pessoa, 1987.
- Cordel e a Ideologia da Punição - Ed. Vozes, RJ, 1979.

Co autoria

- Comunicação e Cultura Contemporâneas- Antonio Fausto Neto e Carlos Alberto Messeder.ed. Notrya, RJ, 1992
- BRASIL- Comunicação, Cultura & Política - Antonio Fausto Neto, Sergio Dayrel Porto e José Luiz Braga (orgs). Ed. Diadorim, RJ, 1994.
- O indivíduo e as mídias- Antonio Fausto Neto e Milton José Pinto - (orgs) - Ed. Diadorim, RJ, 1996.



Comunicação e globalização

A trajetória de Octavio Ianni na Universidade de São Paulo foi marcada por uma aposentadoria precoce em 1969, em razão do momento político em que o país vivia. Mas o Ato Institucional nº5 que o tirou da USP não impediu sua carreira de cientista social da realidade brasileira e de professor.

Hoje, Octavio Ianni é professor da Universidade de Campinas - UNICAMP, e professor convidado do Programa de Pós-Graduação da ECA-USP.

Sua longa bibliografia é também um indicador importante da contribuição que vem dando ao pensamento social que se constrói no país.

Apresentamos a seguir excertos de sua entrevista com jovens pós-graduandos e pesquisadores do Grupo de Estudos Sobre Práticas de Recepção Mediática da ECA-USP, quando abordou a temática mais ampla da comunicação social no contexto da globalização contemporânea.

Participaram da entrevista Mauro Wilton de Sousa; os jovens pesquisadores Andrea Simão, Priscila Delgado de Carvalho e Rafael Gioielli; e os pós-graduandos Rovilson R. Britto e Gilda M. A. A. dos Santos, da Faculdade Cásper Líbero, Luiz Signates (UFGO), Eliany Salvatierra, Germano A. Azambuja, Jurema B. Xavier, Richard Romancini e Wildney F. Contreras, da ECA-USP.

NO - Como o senhor analisa a comunicação em uma sociedade globalizada?

OI - É sempre bom reafirmar o que se pode compreender por globalização. A globalização não é simplesmente um processo econômico ou de nova divisão do trabalho no âmbito do mercado de produção. É um processo simultaneamente econômico, político, social e cultural. A globalização é também política, sociabilidade e cultura, o que envolve os problemas da comunicação. Porque podemos dizer que a globalização é um novo ciclo, um novo estágio, uma nova época? Porque há algumas especificidades, no que nós estamos chamando de globalização, que nos permite dizer que é uma outra idade, uma outra época.

E o que é este novo específico? Primeiro, o bloco soviético, aquilo que era uma região do mundo que estava organizada com outro tipo de economia e outra proposta social, desabou. E, portanto, este bloco se transformou em uma vasta fronteira de expansão do capitalismo, e, todos sabemos que o capitalismo é um processo histórico de grande envergadura que vive de fronteiras. Que abre fronteiras e quando não há fronteiras para abrir, inventa novas. Inventa no sentido em que derruba avenidas, viadutos, edifícios e recria tudo isto de outra maneira, com outro desenho. Quando o Mundo Socialista, aquela região que é razoavelmente grande, se transformou em uma nova fronteira de expansão houve algo de excepcional-



mente importante que foi a transformação desta região em uma vasta fronteira que vai de Praga a Pequim.

A despeito da vigência do regime comunista na China, ela foi obrigada abrir-se para o mercado mundial, para transações econômicas que tem a ver com a progressiva transformação da China em um novo espaço que faz parte do mercado mundial, e isto é uma ruptura.

Um segundo acontecimento é que as corporações transnacionais se transformaram nos principais atores do mundo contemporâneo. São elas que pensam o mundo e que têm equipes de jornalistas, sociólogos, psicólogos, antropólogos, economistas, demógrafos, especialistas em eletrônica, que estudam os mercados, avaliam os potenciais, negociam com ou agridem outras corporações e repartem o mundo a seu modo.

Podemos dizer que os Estados Nacionais continuam atores importantes? É claro que continuam, mas já não são tão importantes. Há casos evidentes. Eles perderam uma grande parte da força que tinham e passaram a ter outras conotações. E aí temos o terceiro ponto, há um evidente declínio do Estado Nação, do princípio da soberania.

Um quarto elemento decisivo na dinâmica da globalização é as tecnologias eletrônicas, o uso da micro-eletrônica e da automação nas atividades de trabalho e produção, que acelera, acentua e toma mais veloz o processo de expansão da produção e alargamento dos mercados.

Simultaneamente, quinto ponto, corporações da mídia. E saia de baixo! Eu digo isso bem provocativamente: Saia de baixo! Eu não sei que jornal eu estou lendo, porque eu olho a notícia do Oriente Médio, ou da África, da Índia ou do Rio de Janeiro e o jornal não me diz qual é a agência que está me informando. Literalmente não me dá satisfação. Eu digo isto com certa tranquilidade porque sou de uma geração em que a notícia vinha assim: Associated Press, Ásia Press, France

Press etc. Toda notícia que vinha de diferentes países vinha obrigatoriamente com a fonte.

Hoje o que temos são corporações que atuam no âmbito da mídia e que têm contratos com as rádios, televisões e jornais etc., e estes meios nem sequer informam. Só que a informação que eu estou lendo aqui sobre o Sadan Russein é a mesma informação que o Chinês está recebendo, e isto é muito grave! É no mínimo calamitoso. Será que a informação que estou recebendo é a precisa? É a melhor? Ou a boa? Não há informações alternativas sobre o Sadan Russein? Então, vejam que as corporações da mídia fazem parte deste fantástico processo de globalização, não só dos meios de comunicação, mas do mundo cultural, do mundo das informações. Aquilo que se registra, aquilo que se arquiva, se enfatiza, se esquece, ou aquilo que não se toca, tudo isso é fruto das corporações da mídia. Então nós temos um paradoxo: nunca o espaço público foi tão fantástico e nunca foi tão administrado em escala mundial. Todos nós vimos as olimpíadas de Sidney do mesmo modo e vemos uma série de eventos que ocorrem em diferentes partes do mundo do mesmo modo, porque há umas poucas corporações que monopolizam, e fazem com que o mundo tenha uma mesma visão desses acontecimentos. Veja que paradoxo maluco: o espaço público cresceu excepcionalmente devido aos êxitos da mídia em geral, não é à toa que a mídia é uma técnica fundamental na definição do que é espaço público, só que esse mesmo espaço público está totalmente ou em grande parte articulado pelas corporações que atuam na área.

Só um esclarecimento, é claro que quando a gente fala em globalização devemos lembrar que a história do mundo moderno é uma história mundial, global. Desde os descobrimentos o que há é um intenso processo de globalização. Uma coisa é o mercantilismo,



outra coisa é o colonialismo, outra o imperialismo em termos de processos globais, e outra coisa é o globalismo. Que há ressonâncias colonialistas e imperialistas no globalismo nem se discute. Só que dizer que o globalismo é simplesmente uma versão do imperialismo, do colonialismo é simplificar demais e pensar que está tudo explicado. Na verdade não está tudo explicado, porque hoje o bloco soviético, portanto um projeto social da maior importância na história da humanidade foi derrotado, simultaneamente as corporações se transformam em poderosos atores, e há esta fantástica expansão das tecnologias eletrônicas que vai tanto para a informática, mídia em geral como para a produção de trabalho.

NO - Há uma questão fundamental nesta discussão sobre a globalização: a democracia. A temática da democracia é pensada pela modernidade sempre vinculada ao Estado e separada do mundo privado. O fato de, como o senhor afirma, o mundo estar dominado hoje por corporações privadas parece realizar a definição de Boaventura de Souza Santos, de que vivemos democracias que são arquipélagos de ditaduras. Como pensar a democracia nesse quadro?

OI - A democracia, o conceito de democracia, o ideal democrático é uma proposta que vem crescendo muito lentamente no curso dos séculos. A História do conceito e das conquistas democráticas é uma história errática e junto com este conceito vem o de cidadania. O direito das mulheres e dos trabalhadores de votarem é uma coisa muito recente, em alguns casos é do século XIX, em outros é do século XX. A rigor a democracia é um processo político notável, inegável como parte da história, mas um processo que teve um percurso difícil e com vários retrocessos. Democracia bem ou mal significa democracia política e social. Abre-se o direito de votar e ser votado para mulheres, negros, índios,

nativos em diferentes lugares, independentemente das propriedades, no entanto a participação social das pessoas também é uma luta penosa, que vem sendo realizada precariamente. Democracia e cidadania têm vários retrocessos, e, tudo isso ocorreu no âmbito da Nação. Há nações como o próprio Brasil, onde o exercício da democracia foi limitadíssimo durante a república.

O que nós pensamos que pode ser democracia e cidadania é algo que tem uma história muito precária, muito errática. E repito, tudo isso se discutia em nível nacional porque havia o suposto de que o Estado Nacional era soberano e de que em sendo soberano os vários grupos sociais, os vários setores e lutas sociais poderiam propiciar uma progressiva emancipação dos diferentes setores, o que é uma história também muito real.

Quando há esse processo de globalização muda tudo. A luta pela democracia ganhou outros significados e se defronta com outros óbices, outros obstáculos. Por quê? Porque o Estado Nacional em grande parte dos países, não tem mais capacidade de definir um projeto nacional. Então, qual é a democracia? Ela está posta em causa. A Argentina, Brasil, México e muitos outros no mundo têm uma capacidade limitadíssima ou nula de definir objetivos nacionais, sendo assim, a democracia está posta em causa. O Estado Nacional está sendo obrigado a adotar as medidas econômico-financeiras, educacionais, previdenciárias, de saúde que são impostas pelas corporações transnacionais. Eu tenho livros editados pela Editora Civilização Brasileira, mas eu não sei mais se são da Civilização Brasileira, porque ela foi comprada pela Bertrand, e as Editoras Civilização, Difel e Bertrand foram compradas pela Editora Record, o que sei é que meus livros muito provavelmente estão sendo impressos na Coreia ou Taiwan.

A política educacional que está sendo reformada no Brasil por este governo,



inclusive conduzida por ex-acadêmicos como Paulo Renato, Fernando Henrique, Weford e outros é uma política literalmente ditada pelo Banco Mundial. Então eu acho que as perspectivas de construção da democracia mudaram drasticamente. Nós nos beneficiamos um pouco deste quadro, porque estamos na classe média e podemos nos defender, mas na verdade há setores da sociedade que estão perdendo direitos.

A luta pela democracia, agora se transformou em uma luta mundial e a minha proposta que é bem utópica - mas que eu acho que vale a pena ser bem utópico - tem a ver com uma aliança crescente dos setores subalternos em vários países, lutando duramente para conquistar direitos e preservar os poucos direitos que ainda tem. Se não for assim não dá.

NO - O Senhor diz que a globalização é também um processo político. Diante deste quadro como se poderia resgatar perspectivas teóricas, tipo teoria crítica na linha frankfurtiana, que são justamente as teorias que fizeram a crítica ao papel da mídia na sociedade.

OI - De fato, a mídia, tomando-a num sentido lato, ela implica em expandir de uma forma excepcional o que seria o espaço público, o mundo das comunicações e do intercâmbio de informações e idéias, e, portanto, possibilidades insuspeitadas de diálogo em escala mundial. Só que a mídia está organizada em termos de corporações que funcionam acopladas com as corporações de publicidade e da produção de mercadorias, então, este potencial de democracia e espaço público que vem junto com a expansão das tecnologias eletrônicas envolvendo inclusive informática e mídia, ainda não está se traduzindo em novas aberturas e perspectivas. Eu vejo que o debate consiste em como abrir e quebrar os monopólios, como fazer com que a mídia seja democrática. Não só no sentido de existir várias corporações, ou abrir as

corporações, mas democrática no sentido de expressar o que está realmente acontecendo na realidade, o que realmente está acontecendo na Argentina, na África do Sul, ou no Oriente Médio.

Vivemos em um mundo que é simultaneamente a realização da Aldeia Global de que falava McLuhan mas ao mesmo tempo é a indústria cultural como nunca, é um absurdo, um paradoxo, mas essa é a realidade. Os meios de comunicação se aceleraram e se multiplicaram em uma escala excepcional de tal modo que as mentes e os corações de cada um de nós são feitos pela mídia - como dizia McLuhan - só que isto está sendo monopolizado.

Porque indústria cultural, na minha acepção? Não é só porque as corporações da mídia selecionam, esquecem, interpretam e passam para o grande público a notícia já pasteurizada, para dizer diplomaticamente, mas porque fabricar notícias, fabricar bens culturais é um grande negócio, é a indústria propriamente dita no sentido literal. Então quem é o ator ou a atriz de novela? São assalariados que produzem lucro. Na linguagem de Marx são trabalhadores produtivos porque o seu salário é capital variável com o qual a corporação paga o seu trabalho e do qual retira lucros. Então se for necessário colocar uma criancinha assistindo uma briga de família monumental porque isso aumenta audiência e, portanto aumenta a publicidade e os lucros, qual é o mal? Eu penso que o que vivemos é um paradoxo, pois na verdade vivemos o mundo frankfurtiano de uma maneira evidente e o mundo de McLuhan. Só que não se trata de duas interpretações que se excluem, não, este mundo é uma aldeia global inegavelmente porque eu vi a Guerra do Golfo, você viu a Guerra do Golfo, e os paraguaios, os australianos, e os chineses, do mesmo modo, simultaneamente é indústria cultural porque é uma área excepcionalmente lucrativa de aplicação de capital, porque

aplicar dinheiro na área da mídia é fabricar mercadorias, que é uma maneira de produzir lucros e sacar excedentes daqueles que trabalham: jornalistas, atores, locutores, câmeras, etc. envolvendo inclusive diferentes outras categorias profissionais que fazem parte do que é o trabalhador coletivo na corporação.

NO - Com relação ainda à discussão no campo da comunicação, como o senhor vê os Estudos Culturais Ingleses, privilegiando a hegemonia cultural? Como o senhor vê os estudiosos britânicos em relação a comunicação e a cultura?

OI - Eu tenho uma visão ainda muito provisória sobre esse tema. Visto historicamente, os Estudos Culturais, revelam o seguinte: que alguns pesquisadores em diferentes países e diferentes áreas começaram a se debruçar cada vez mais sobre aspectos culturais, sendo que este aspecto cultural frequentemente é de setores sociais subalternos: o negro conforme o país, o índio, a mulher, o operário, o camponês e assim por diante. Podemos dizer que foi nesse nível uma reação inclusive de pesquisadores de filiação marxista, foi uma reação a uma visão excessivamente político-econômica da dinâmica da sociedade.

Nesse sentido é altamente positivo, isto é, alguns teóricos sinalizaram dizendo: - olhe nós estamos esquecendo como é que pensa o povo, como pensam as categorias subalternas. Como é que o negro e o índio, no Brasil se posicionam? Como é que as mulheres em diferentes países se posicionam em face de certos problemas? Como eles e elas retêm as tradições, quais são as suas expressões verbais e seu imaginário? Isto é fantástico, lindíssimo!

Mas enfim, sintetizando, há uma raiz que eu considero extremamente importante que é a seguinte: conferir aos estudos sociais mais concretividade abrindo reflexões e pesquisas sobre as dimensões não só culturais, mas psico-

culturais da realidade dos diferentes setores sociais, e neste sentido, enriquecer a visão da sociedade como um todo e ao mesmo tempo fazer a crítica do que seria a visão estritamente política ou economicista de alguns setores das ciências sócias. Agora a partir de um certo momento quando estes estudos começam a se tomar como totalmente autônomos, descolados da dinâmica da sociedade eles correm o risco de dar uma visão muito abstrata dos problemas. Na minha visão que não é a visão liberal, para emancipar a mulher é preciso emancipar o homem, para emancipar o negro é preciso emancipar o branco, só que isto é muito radical, muito incômodo, pois isto significa mudar a sociedade.

NO - Como o Senhor vê na perspectiva da teoria de Habermas, o abismo entre sistema e mundo da vida? Como o senhor vê a teoria da sociedade em Habermas em face de todo este caminhar da sociologia?

OI — Posso falar uma barbaridade? Eu acho que a teoria de Habermas é uma expressão muito evidente, forte e criativa do que seria o milagre europeu, a expansão da social democracia europeia que ocorreu entre os anos 60 e 80 de uma maneira muito forte. Agora, dá para dizer que a proposta de Habermas da Teoria da Ação Comunicativa, é uma proposta que envolve um grau de desenvolvimento social e possibilidades de códigos de comunicação já numa dimensão social-democrata.

É como se a Teoria da Ação Comunicativa fosse uma teorização sobre o que é o potencial de democracia em unia social-democracia, e de como há realmente uma possibilidade de que as pessoas caminhem para um consenso razoavelmente criativo a propósito do interesse comum, do interesse individual, etc.

Agora o próprio Habermas, parece-me que ele diz algo sobre isso, mas é fácil a gente dizer, mesmo que ele não tenha



dito, como a Teoria da Ação Comunicativa pode funcionar no Brasil? No Paraguai? No Egito? Congo Belga? Como é que em países em que as conquistas democráticas não se realizaram ou se realizaram de uma maneira muito epidérmica, em setores restritos, como é que pode a Teoria da Ação Comunicativa se tomar vigente? Ser uma proposta cabível? É difícil. E ele seguramente dizia que é necessário todo um conjunto de realizações preliminares sem o que ela não se coloca. Eu faço aqui um paralelo com o livro de Adam Schaff sobre a sociedade da informática, ele foi convidado pelo Clube de Roma para escrever sobre a informática, e escreveu um livro que é muito bom que está publicado em português, onde ele mostra o potencial de democracia, de comunicação, de agilização devido aos meios eletrônicos. Só que ele mesmo diz: No Terceiro Mundo eu não sei como pode ser. Ele é explícito. A cultura política vigente no Terceiro Mundo é a cultura do caciquismo, da oligarquia, do espaço privado transformado em espaço público. Como é que você faz para colocar o problema da sociedade da informática ou da Teoria da Ação Comunicativa neste espaço? É complicado. Ai há um problema interessante, pois esta Teoria corresponde a uma historicidade, a uma “maturidade da vida social” que foi alcançada na Europa e em termos, não no iludamos, pois a Europa não é o que se diz. Em todo caso a Europa alcançou um certo nível de social-democracia que, aliás, está sendo desbaratado agora, e onde a Teoria da Ação Comunicativa se tornava algo viável. Agora o próprio Habermas reconhece que esse mundo ele não enfrenta muito abertamente, porque o diálogo dele é com o Lhuman, então é um problema de controvérsia teórica. Na verdade, o mundo nunca foi tão sistêmico como é agora. Veja que paradoxo, em um ambiente em que você e eu, nós todos queremos saber da democracia, da cidadania, da Ação

Comunicativa que é o nosso ideal em diferentes gradações, nós estamos totalmente inseridos em sistemas.

É interessante, para sintetizar, a proposta de Habermas é no fundo uma proposta altamente positiva, pois tem compromisso com democracia, cidadania e emancipação, só que ela é uma reiteração de um ideal antigo de diferentes gerações que se formula agora de uma maneira sofisticada, inclusive em alemão e com tempero frankfurtiano, só que em um mundo eminentemente sistêmico, quer dizer a viabilidade da proposta de Habermas é muito reduzida. Ela se defronta com obstáculos poderosos.

NO - Como entender a recepção neste contexto e sobretudo com as perspectivas dos novos mídias?

OI - Eu vivo preocupado com este problema. Os meios de comunicação têm um potencial excepcional para a multiplicação do diálogo, das perspectivas, dos horizontes e claro, das informações. Não há dúvidas de que a China não está mais lá longe, não há dúvidas de que o Japão já não está mais no Oriente. Já não há mais barreiras, ou distâncias, ou emblemas e signos que distinguiam de uma maneira excessivamente marcante sejam épocas, lugares ou países etc. A mídia tem um potencial incrível, mas o problema é o seguinte: como a mídia se tomou crescentemente e continua se expandindo em um universo de comunicação, de informação, análise e entretenimento, então aí se cria um problema sério. Macluham tinha razão as mentes e os corações das pessoas estão sendo feitos pela mídia.

Isto não é monolítico, mas é muito forte. Quando houve a Guerra do Golfo, a mídia orquestrada pelo governo americano conseguiu convencer a opinião pública americana de que o Sadan Russein era um novo Hitler, e o Bush teve 80 ou 90% de apoio para realizar a guerra. Então há um problema sério aí, a mídia é um poderoso meio de comunicação, é uma



poderosa técnica de informação e entretenimento e, portanto influencia em diferentes gradações, conforme a situação social das pessoas influencia as suas opiniões, e, nesse sentido há audiências, espectadores que são influenciados, não exclusivamente, pelos meios de comunicação. E aí outra vez se coloca o problema: como democratizar a mídia? Só que eu repito, democratizar não no sentido de ter mais empresas, mais corporações, isto pode ser importante para que haja mais competição, disputas... Mas democratizar na minha acepção é o seguinte: como informar mais. Como conseguir com que a audiência, os leitores, os espectadores consigam saber melhor o que está realmente acontecendo. Agora nós sentimos na universidade, na escola, os professores têm o problema de se comunicarem com os alunos em um universo em que os alunos já estão impregnados da dramaturgia da televisão. Conversando com um diretor de cinema, ele me dizia: - o nosso problema no cinema e teatro é como lidar com um público que está fortemente influenciado pela dramaturgia da televisão. Eu penso que os professores também sentem isso. Há algo muito sério acontecendo aí, vamos dizer um padrão de cultura, de sociabilidade, de comunicação e essa diabólica mistura... Não só diabólica, mais grave que diabólica, essa mistura de informação com entretenimento, isso é fatal. As classes dominantes não precisam mais fazer guerra, elas têm o controle do que está acontecendo no mundo misturando todo o tempo o entretenimento com informação. Uma escassa informação e bastante entretenimento, e isto é grave porque implicam em deformar profundamente aquilo que é o fato, o acontecido, os elementos que são indispensáveis para que elas possam se situar no mundo.

NO - Nesse panorama o senhor vê e poderia citar alguns espaços de resistências ou de pensamentos autônomos?

OI - Os monopólios, as técnicas sociais não conseguem eliminar uma coisa que é essencial, que é fundamental, que é o seguinte: cada um por mais indefeso que seja, o ouvinte, o espectador, a audiência, cada um está ligado na vida, no trabalho, no dia-a-dia em diferentes atividades, e no limite desse compromisso com a vida, com o trabalho, com a sociabilidade, enfim, esta expressão inegável da práxis humana que é física, espiritual e cultural funciona sempre como um complemento dos meios de informação, como um elemento corretor, de verificação.

Tanto que há uma pesquisa que eu imagino que deve ser interessante de ser feita ou então já foi feita, eu penso que há uma parte da audiência da novela que a vê como uma caricatura, inclusive a vê como uma caricatura das classes dominantes, sem distinguir necessariamente que é a classe média que está ali naquela novela, mas vê como uma caricatura. As condições de vida das pessoas em certos setores são tão adversas, ou tão diferentes que o espectador vê aquilo como uma caricatura ou como uma fanfarra que assinala outra vez para eles que de fato eles são outro mundo. Eu acho que é cabível dizer isso. De fato eles são um outro mundo... “Isso é coisa de branco”...

Aquele é o mundo dos brancos, só tem brancos, gente perfumada, que não trabalha, que se dedica a descobrir seus sentimentos como se isso fosse o começo e o fim do mundo. É de uma frivolidade! Uma banalidade! Uma inutilidade! Colocando-me na ótica desse público, é impressionante! E os artifícios de dramaturgia, quer dizer trabalhar o close, o ator está dizendo a maior insanidade, uma baboseira total e o close como se fosse uma coisa da maior importância. É um grande público percebe? Eu digo um grande público das classes subalternas, porque a classe média entra *na onda* muito rápido, há um problema de pesquisar, de conhecer como as pessoas se sentem...



Eu quando digo que a mídia em geral pode ser democratizada no sentido de expressar melhor e mais amplamente diferentes fatos e setores sociais, isso todo mundo reconhece que é cabível. Vocês notam que se abre um jornal ou se ouve um jornal na televisão e não se sabe o que está acontecendo na América Latina, muito menos na África. E o que está acontecendo na África pode ser decisivo, primeiro para a inteligência do mundo e segundo eventualmente para pensar um problema como o brasileiro. Se for verdade que há globalização, se é verdade que estão se desenvolvendo novas estruturas sociais em escala global e, portanto se há uma globalização de cima para baixo, globalização esta que é grandemente orquestrada pelas corporações transnacionais que conseguem inclusive tomar subalternos governos nacionais, então os setores subalternos, ainda que com dificuldades estão começando a reagir. A globalização na minha visão bastante otimista e utópica é o novo palco da história, agora as lutas serão cinematográficas, espetaculares! São reações

locais a um quadro que é transnacional. Seguramente haverá organizações cada vez mais fortes dos setores subalternos para lutar contra este quadro, mesmo porque este quadro é altamente aflitivo, é desesperador. Notícias mais recentes dizem que no mundo de hoje, isto é relatório do Banco Mundial, há 2,8 bilhões que ganham até dois dólares por dia e destes há 1,2 bilhões ganham apenas um dólar por dia. Isso significa que haverá lutas sociais espetaculares a despeito das técnicas de controle. A despeito disto que alguém mencionou do Boaventura de Souza Santos, há estruturas de direita poderosas disfarçadas com uma outra linguagem e organizadas em escala mundial. Quer dizer, estas lutas sociais, essas reações e o fato de que as pessoas e os grupos têm sempre uma certa capacidade de reação, nos coloca que a luta pela cidadania vai continuar, a luta pela democracia vai continuar e eventualmente nós vamos viver uma época em que pode se falar de fato em humanidade, mas humanidade com “H” maiúsculo.

Algumas obras do entrevistado

- As metamorfoses do Escravo: apogeu e crise da escravatura no Brasil meridional. Difusão Européia do Livro, São Paulo, 1962.
- O colapso do populismo no Brasil. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro 1968.
- Estado e planejamento econômico no Brasil. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1971.
- Teorias de estratificação social: leituras de sociologia. Companhia Editora Nacional, São Paulo, 1972.
- Imperialismo na América Latina. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1974.
- A ditadura do grande capital. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro 1981.
- Revolução e cultura. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1983.
- O ciclo da revolução burguesa. Vozes, Petrópolis, 1984.
- Ensaios de Sociologia da Cultura. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1991.
- A sociedade global. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1992.
- Teorias da globalização. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1995.
- A era do globalismo. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1996.



Ronaldo Nunes Linhares

Internet e Ação Comunicativa como elementos do Espaço Público sob uma perspectiva habermasiana: crise e transição

O cenário mundial de final de milênio, permeado por transformações de cunho econômico, político, social e histórico, tem se apresentado como um período de transição, caracterizado por alguns teóricos como um período de crise. Alguns autores utilizam-se da idéia e/ou conceito de crise como sendo fundamental para explicar as incertezas, a quebra de paradigmas e principalmente as grandes mudanças culturais provocadas pela urgência e pelo constante vir-a-ser inerentes à dinâmica sociedade contemporânea. Como conviver com o constante processo, após tantos anos de resultados e “certezas”?

A idéia de crise pode estar de uma certa forma propondo uma revisão de conceitos, teorias e reflexões sobre o mundo, a realidade e o próprio homem mas, por outro lado, pode representar uma visão imediatista e até certo ponto simplista dos nossos problemas, avaliando novas questões e necessidades com velhas lentes bifocais. A crise, ou o que se entende por crise, principalmente no campo das teorias e da dicotomia presente no pensamento moderno - direita/esquerda, capital/trabalho, entre outras - pode não estar sendo compreendida em sua amplitude e complexidade.

No que se refere às indefinições, incertezas, à sensação de insegurança e ao incentivo ao consumismo, Marx já previa essa “dinâmica” como alimento substancial do capital. Afirmava que esse movimento de virtualização do capital sem base, sem raízes, num

constante vir-a-ser, é fruto da natureza reprodutiva do capital e, portanto, da evolução deste sistema produtivo e que tal dinâmica poderia resultar numa sociedade aparentemente despersonalizada, modificando a essência do homem enquanto ser.

Neste contexto, confunde-se muitas vezes o acontecer histórico com crise, esquecendo-se que as possibilidades de leitura e interpretação do presente não estão desvinculados da historicidade dos fatos, dos processos, projetos e sonhos que nos ligam ao futuro. Não se pode enquadrar a contemporaneidade numa acentuada concepção de crise, sob uma perspectiva hermética, fechada e terminal, tal qual as explicações viróticas, que nada contribuem para a compreensão das doenças que nos afligem.

Nem sempre esta postura explicativa resolve os impasses existentes. Quando muito, apenas esclarece alguns pontos. O que temos hoje é muito mais que isso, revela-se mais complexo, e ao mesmo tempo mais simples, pois a crise faz parte constante do processo de construção da caminhada humana.

A sociedade “*pós*” é muito mais uma arena, onde diariamente digladiam-se tradição e novidade, onde o homem se cria e recria, na medida em que constrói sua história. O que para muitos é uma crise generalizada da humanidade, com sua cultura, estrutura política e econômica, valores e outros, se constitui apenas numa revisão de conceitos, estruturas e concepções que não identificam o homem atual.

Ronaldo Nunes Linhares é historiador, professor de Ciência Política da UNIT/SE, especialista em Educação Tecnológica pelo CEFET/MG/UFS, mestre em Educação pela UFS e doutorando em Comunicação pela ECA/USP.



Inseridos neste contexto, estão as diversas interpretações sobre o espaço de participação política do cidadão, o espaço público. Para Medeiros (1998; 11), “o tema esfera pública ou espaço público tem sido abordado de diferentes acepções, carregando consigo o esvaziamento — intencional ou não - do seu significado: assume nesta estrutura um simbolismo vinculado ao que é estatal e, conseqüentemente, por um lado, do ponto de vista ideológico, se traveste de ineficiência e de oportunismo, adquirindo um uso privado; por outro lado se assume como suposta vestal da *res pública* ”.

Sempre tendo Habermas como ponto de partida e de chegada, as concepções dividem-se em dois grupos.

O primeiro, capitaneado pelo próprio Habermas, tem início com as reflexões feitas em seu livro “A Mudança Estrutural da Esfera Pública” (1984), em que acredita ter a sociedade tecnológica e mediática extinto qualquer possibilidade de construção do espaço político coletivo onde aspirações, desejos, necessidades e vontades privadas pudessem ser publicizadas, coletivizadas e, portanto, resolvidas ou satisfeitas de forma consensual. Além de Habermas dos primeiros momentos, compartilham dessa opinião teóricos como Baudrillard, Bourdieu, entre outros.

Um segundo grupo de pensadores (uns mais otimistas que outros), com diferentes enfoques e interpretações, procuram entender essa sociedade mediática e tecnológica, propondo, a partir dela, a emergência de um novo espaço de conversão, uma nova forma de consenso, nova prática política, enfim, uma nova esfera pública. Entre eles temos: Lima (1995), Almeida (1999), Niege (1992), Bhabha (1996) Canclini (1998) Maia (1998), Roncagliolo (1998).

Entre outros elementos, o que caracteriza o segundo grupo é a aceitação da pluralidade dos *media* e da capacidade de “regeneração” do tecido cultural afetado pela dominação política do Estado

e ideológica dos *media*, fundado na diversidade cultural e, principalmente, na capacidade do receptor ou consumidor dos *media* fazer uso crítico da razão. Nesta mesma linha de raciocínio, Lipovetsky (apud Almeida, 1999; 161) afirma que “é preciso gerar uma revisão de fundo: o consumo mediático não é coveiro da razão, o espetáculo não anula a formação da opinião crítica, o show prossegue a trajetória das luzes”.

Neste caso, é clara a diferença do espaço comunicacional produzido pelos *media* em comparação ao que gerou o espaço público burguês pensado por Habermas, mas não é suficiente para determinar o fim do espaço público na sociedade atual, já que os *media* exercem em alguns momentos o espaço de publicização e “formação da opinião e a crítica do público”.(Almeida, op.cit.; 164)

Espaço Público ontem e hoje

Parece consensual que o processo de construção da esfera pública contemporânea diverge daquele proposto por Habermas para a esfera pública burguesa. A atual sociedade construiu novas formas de mediação com o real que a impulsiona vertiginosamente para uma construção de conceitos, que influenciaram, entre outras, as ações políticas (participação, representação, cidadania), culturais (identidades, pertencimento, nacionalismo) e sociais (grupo, organizações, gêneros, etnias), entre outras.

Observemos também que o processo de construção da esfera pública burguesa não atinge o todo da sociedade moderna. Como na antigüidade clássica (Grécia, Roma), ou mesmo na Idade Média, os espaços públicos de discussão onde se construiu a argumentação racional não foram abertos a todos. A possibilidade de participação esteve vetada não somente àqueles que não participam do processo de produção econômica, mas também aos que não dominam códigos mínimos da racionalidade ocidental. Ao lado da

estrutura de classe, permanece o conhecimento, o domínio das letras, leis e códigos sociais.

A opinião pública e a esfera pública burguesas surgem a partir do desenvolvimento das relações pré-capitalistas de produção, a partir do Mercantilismo e de sua ampliação e transformação em espaço político, de sua participação no poder e, por fim, de (re)construção do Estado, que se tomou condição fundamental para a sobrevivência e hegemonia da burguesia. Mas, embora este processo tenha ocorrido com maior ênfase com a burguesia, não foi prática restrita a ela enquanto classe.

Nesse momento, a construção do Estado Moderno ocorre na esteira da participação popular e, conseqüentemente, mesmo que lentamente, no processo de politização das classes populares. Assim como a burguesia unida, que inova na luta pelo poder, as classes populares - em tempo - estruturam-se para combatê-la e criar espaços alternativos de resistências, mesmo que estes espaços em alguns momentos tenham que ser divididos com a classe hegemônica.

O Espaço Público burguês personificou como condição de sobrevivência o poder do Estado e, conseqüentemente, enfraqueceu-se com este, inviabilizando sua competência como defensor de uma democracia representativa e participativa, que traria para todos igualdade de condições.

Atualmente, as estruturas de transição da sociedade contemporânea, a grande diversidade econômica e sociocultural, os mais diferentes grupamentos humanos e principalmente o papel de novas tecnologias de comunicação, produção e divulgação da informação, têm proporcionado modificações nas relações de poder e produzido novas formas de organização social e de participação política dos indivíduos. Ampliam-se o número de atores partícipes dos processos decisórios, surgem novos cidadãos e novas

formas de participação, diferentes daquelas fundadas em instâncias políticas institucionalizadas, profundamente marcadas por antigas relações de poder unilaterais e verticalizadas.

Novos espaços surgem, ainda sem traços muito claros, características de nosso tempo de incertezas e violenta rapidez ou, como afirma Baudrillard, (1997) o reino do efêmero. Os atores sociais constroem, dentro de suas possibilidades, novas formas de pertencem ao grupo mais próximo da satisfação de seus desejos e necessidades econômicas, sociais, políticas e principalmente culturais. Novas formas de pertencimento, novas estruturas de ação e reação aos processos dominantes do capital.

Às vezes são necessidades do próprio capital que tanto criam novos espaços de conflito como contribuem para o surgimento de formas anárquicas de participação e de construção de identidades sociais. Se não fosse assim, como entender as necessidades de consumo exacerbadas, incentivadas pelo capital e necessárias à sua sobrevivência que também produzem, segundo Canclini (1997, 1998), um consumidor necessariamente crítico e participativo, que busca compreender os processos de participação social e de pertencimento através do incentivo ao consumo de toda sorte de produtos? O direito do consumidor, sua voz e importância no mercado, constroem uma nova forma de cidadania, baseada no consumo, ou melhor, na forma como o cidadão consome os mais variados produtos, principalmente os culturais, e em como sua mediação contribui para a construção de novas práticas culturais, baseadas, segundo Bhabha (1996; 41), em “identidades políticas desiguais, não uniformes, múltiplas e potencialmente antagônicas”.

Compreender esse momento requer um novo olhar, uma nova forma de ver e entender os processos sociais e culturais como processos políticos, nem sempre



determinados por um só grupo ou classe sócio-econômica. A sociedade renova-se através dos espaços públicos que se organizam em seu interior em busca de consensos, mas também a partir de antagonismos e resistência contra um poder que se pretende hegemônico, seja ele qual for.

Sob essa perspectiva, Bhabha (op. cit; 39) afirma que “... em qualquer luta política particular, novas frentes estão sendo abertas e, se insistir em se relacionar essa frentes novas a velhos princípios, não será realmente capaz de participar delas de um modo criativo, produtivo e pleno”. Será este o caminho? Se é, que tipo de espaços públicos podemos construir a parte dele?

Videoesfera, Ciberespaço e Espaço Público

O Espaço público se constrói no “mundo da vida”, e se concretiza no ato comunicativo, dinâmico e mutável, que depende das interações e mediações possíveis de serem construídas pelos indivíduos. Dentre estas mediações estão aquelas estabelecidas pelas novas tecnologias de comunicação.

Pensar um espaço público - ou vários - exige, portanto, compreender essas mediações. Qual o papel dos *media* como possibilidade de publicização de idéias e construção de uma nova racionalidade comunicativa num mundo dominado pela tecnologia? Que papel tem o cidadão/receptor na construção de um/novos espaço(s)?

Na tentativa de definir o papel dos *media* no espaço público da atual sociedade, Almeida (op. cit.) trabalha com o conceito de “*esfera de visibilidade pública*” construído por Gomes. Para ambos, os *media* possibilitaram a visibilidade pública do debate de idéias e temas surgidos na opinião pública. Nesse caso é fundamental o papel do receptor, sendo que dependeria deste, “a partir de seus conhecimentos, informações, interesses e competência receptiva, fazer uma adição própria dos *media*”. O próprio

receptor construiria então sua competência receptiva, não apenas nos *media*, mas fora deles, possibilitando um ambiente de participação e intervenção nos debates importantes para a sociedade.

A sociedade atual tem demonstrado algumas destas formas de participação e organização, livres de uma concepção política institucionalizada e que correspondem às necessidades dos novos grupos que constituem esta sociedade. Movimentos ou segmentos políticos que podem ser sujeitos de uma nova esfera pública política democrática e autêntica.

As novas formas de comunicação e os novos aparatos tecnológicos vêm contribuindo para complexificar esta realidade e proporcionando as mais diferentes leituras e/ou interpretações de seu papel/importância para as relações sociais contemporâneas.

De um lado, os acusam de provocar um “terror esquizofrênico” (Baudrillard, op. cit; 142), confundindo público e privado, publicizando excessivamente o real. Transformam o homem numa “tela nua, num centro de computação para todas as redes de influência, o que implica numa possibilidade de dissimulação, de desaparecimento no espaço impalpável, e de assim não ser mais localizável, inclusive por si mesmo, o que resolve todos os problemas de identidade, sem contar os de alteridade” (Baudrillard, idem, ibidem; 144). Segundo Virilio, vivemos a “era do paradoxo”. Entendida como a era da videografia, da holografia e da infografia, essa era atinge sua alta definição, não apenas como resolução técnica, mas sobretudo como substituição do real. A imagem define o real, portanto o absorve, o elimina, (apud Maciel, 1999)

Do outro lado, a presença dos *media* e seus suportes tecnológicos, contribuem para eliminar distâncias e tempo da comunicação. Segundo Rocagliolo (1998) navegamos, não



circulamos. Estamos em uma outra sociedade, o que, para ele, inviabiliza qualquer crítica que tenha a sociedade e as relações comunicacionais anteriores como parâmetro. Servem nesse momento as observações de Umberto Eco para as críticas à imprensa sobre o ideal medieval. Para ele, valorizar a função da imprensa condicionando-a às medidas de um modelo de homem típico de uma civilização baseada na comunicação oral e visual é um gesto de miopia histórica que muitos têm cometido.

Com visões menos pessimistas, mas diametralmente opostas, alguns autores - entre eles Edgar Morin(1991,1996,) Regis Debray (1994) e Pierre Levy (1999) - entendem que estamos vivendo um novo momento na história da humanidade.

Na opinião de Morin, vivemos numa sociedade que questiona incessantemente seus determinismos econômicos, sociais, políticos, culturais e históricos. Vivemos a complexidade como condição humana. A identidade complexa, oposta à era da exclusão/redução. O paradigma da complexidade está voltado para o dinamismo dialógico intrínseco no racionalismo que está a despedaçar a concepção clássica de mundo, ciência, cultura, sociedade e de homem, tão presentes nos pensamentos deste final/início dos tempos.

Para Morin, construímos um novo paradigma a partir da “necessidade de novas teorias abertas, racionais e críticas, reflexivas, autocríticas, aptas a auto-reformarem-se, ou mesmo a auto-revolucionarem-se ... tarefa da epistemologia complexa”. (Morin, 1991; 220)

Debray caracteriza esse momento como Videosfera, a idade do visual. Segundo ele, a videosfera é o regime do visual, caracterizado pela simulação, onde a imagem é visualizada, captada. Imagem controladora, fruto de uma percepção, que transforma o privado/público numa reprodução como forma

de acumulação, esquizofrênica e espetacularizada.

A imagem contagia, domina pela emoção, e é esta emoção que põe as multidões em movimento.

Afirma que, “... em uma cultura de olhares sem sujeitos e dotadas de objetos virtuais, o Outro torna-se uma espécie em vias de extinção; e a imagem, imagem de si mesma. Narcisismo tecnológico, isto é, retirada corporativa da “comunicação” para seu umbigo, funcionamento em círculo fechado da grande imprensa, mimetismo galopante do meio ambiente, alinhamento espontâneo dos órgãos escritos ou audiovisuais uns pelos outros”, (idem ibidem, 298)

Neste caso, mudam-se os espaços e o tempo, principalmente os atores e suas relações sócio-culturais nessa nova era. As formas de percepção do mundo e do real, agora influenciadas pelas imagens, exigem novos espaços de representação, novas formas de organização, um novo Imago, novos ícones em quantidades suficientes para os mais diferentes grupos sociais e as mais diversas possibilidades culturais.

Essa realidade em que vivemos requer novos espaços de participação e novas capacidades de ver e de socializar o visível, pois “o visual indica, decora, valoriza, ilustra, autentica, distrai, mas não mostra”.(idem, ibidem, 299). Tal qual a imagem projetada e difundida, os novos espaços obedecem a lógica da totalização e da fragmentação, fundamentos da Videosfera.

Voltado para explicar o futuro da relação homem e novas tecnologias da inteligência na contemporaneidade, Pierre Levy(1994,1996,1997,1998,1999) afirma que estamos na era da *Inteligência Coletiva*. Ultrapassamos as definições midiológicas de Debray, ou do Paradoxo, de Virilio, para construirmos uma *Antropologia do Ciberespaço*. Numa referência quase apologética às novas tecnologias de comunicação e informação, o autor propõe um



caminho muito próximo daquele proposto por Habermas quanto ao papel da comunicação na construção de uma nova racionalidade comunicativa.

A reflexão de Levy propõe que o homem desenraíze-se das concepções de espaços e tempo construídas até então pelo pensamento ocidental. Tal qual Michel Serres (1995) com relação ao conhecimento, Levy afirma a necessidade do homem acostumar-se a ser nômade neste mundo teleinformatizado. “Mexer-se não é mais deslocar-se de um ponto a outro da superfície terrestre, mas atravessar universos e problemas, mundos vividos, paisagens dos sentidos... somos imigrantes da subjetividade” (Levy, 1998; 14). Habitamos o ciberespaço, o espaço da inteligência e do saber coletivo.

Esse espaço, ainda não garantido pelas “leis históricas”, teria a capacidade de comandar os espaços anteriores de sua classificação: a terra, o território e o espaço das mercadorias.

O que caracteriza este novo espaço?

Levy sugere que este espaço é caracterizado por um novo nomadismo. Não é o do território, nem o das instituições ou dos estados, mas um espaço invisível de conhecimento, saberes, potências de pensamento, em que brotam e se transformam qualidades do ser, maneiras de construir sociedades. Não os organogramas do poder, nem as fronteiras das disciplinas, tampouco as estatísticas dos comerciantes, mas o espaço qualitativo, dinâmico, vivo das humanidades em vias de se autoinventar, produzindo seu mundo.

Devemos, segundo o autor, ultrapassar as “eras” e construir um novo momento histórico, onde as tecnologias intelectuais são potencialmente uma zona crítica, um lugar político. Nesse caso é necessário reinventar não só os instrumentos de comunicação e pensar coletivo como a própria democracia. “Uma democracia em tempo real”.

Mesmo considerando o otimismo leviniano, não podemos deixar de con-

siderar que os media e as novas tecnologias de comunicação e informação têm afetado a constituição dos novos espaços econômicos, socioculturais e políticos da sociedade atual. Pesimismo da realidade e otimismo do ideal e da vontade a parte, o certo é que estamos vivendo numa sociedade mediaticizada e que necessita construir novos mecanismos de participação, subvertendo as limitações e aproveitando os recursos da sociedade da informação para redefinir espaços e ações, e ampliar a democracia.

Que espaços são estes? Como será o espaço público na cibercultura? Qual o papel das identidades complexas nesse novo espaço de participação política? Estas e outras indagações permeiam nossas reflexões sobre o futuro do homem e de sua capacidade de socializar-se ante um mundo adverso ao outro.

O vir-a-ser do Espaço Público contemporâneo e as possibilidades da Internet.

A construção do conceito de espaço público por Habermas e sua aplicação à sociedade contemporânea tem proporcionado acaloradas discussões sobre as reais possibilidades no uso deste conceito para entender o que se passa com a sociedade atual, principalmente no que diz respeito ao papel do Estado, ou a chamada “crise” do Estado e da política enquanto campo de atuação da cidadania.

Assim como o Estado Moderno foi construído para resolver os problemas históricos da nova sociedade capitalista no seu início de vida, o conceito de espaço público em Habermas merece ser contextualizado, entendido como processo de construção de uma classe e, sem sombra de dúvida, analisado sob a ótica do que ele propõe de mais criativo e atual para o nosso tempo.

Segundo esse teórico, entende-se por espaço público “a esfera de pessoas privadas reunidas em um público”, o “lugar”, na acepção geográfica da palavra, onde se desenvolveu o exercício de tomar público, “publicar”



idéias, conceitos e vontades, até então privadas de grupos diante de problemas e situações comuns a todos, principalmente no que se refere aos assuntos de poder e da gerência da coisa pública.

Na busca de constituir a história deste espaço, que Habermas propõe ter início na “Ágora” grega, chegando aos salões, palácios, cafés e outros espaços comuns na idade moderna, passando por instituições governamentais e, atualmente, pelos meios de comunicação de massa, da imprensa escrita à Internet. Propõe construir uma teoria que fundamente uma sociedade politicamente organizada e autogestora.

A caminhada empreendida pelo homem na construção de um espaço que pudesse ser representativo da vontade coletiva é diferente das primitivas discussões ocorridas no interior das casas, no espaço íntimo e privado, e a concretização dessa busca resulta, durante a modernidade, numa virtualidade teórica sob o nome de Estado Liberal, construído por uma classe emergente, a burguesia. Tal classe responde à sua necessidade de espaço no intuito de tornar-se dominante, inviabilizando mais tarde a compreensão do conceito habermasiano a partir do seu elemento principal: a *publicização*.

O exercício de tornar público, de coletivizar idéias e opiniões sobre o que é público, a gerência do comum a todos, e principalmente sobre as possibilidades legais de participação nas estruturas do poder político tornou-se um importante passo para os homens, e para seus grupos.

Como foi dito anteriormente, Habermas busca reconstruir esse processo em seu livro “*Mudança estrutural da Esfera Pública*” (1984) reconhecendo que ele se dá com características diferentes e distintas, e nos diferentes tempos e espaços históricos existentes, mesmo que não tenha, no interior dessa reflexão, aprofundado sua análise para estas diferenças e para os espaços de publicização construídos

pelos classes populares diferentes do espaço público burguês, mas não menos importantes.

Em todos estes momentos, o espaço público foi criado e ampliado a partir das necessidades e práticas culturais dos grupos. Neste sentido, tanto a idéia de política, poder, participação e cidadania foram revistas ou simplesmente copiadas, como a sua inclusão no conceito de espaço público perde ou ganha importância à medida que o grupo as adota como fundamentais. O Estado sonhado como protetor e legitimador dos atos do cidadão não surtiu efeito no espaço de tempo desejado, sua concretização foi efêmera, não surtiu o efeito desejado pela diversidade e totalidade destes mesmos cidadãos.

Pensado como fruto de uma vontade geral, no acalorado fogo das revoluções e sob as cinzas do absolutismo, o liberal era apenas burguês, enquanto a vontade popular era uma quimera, utopia, uma virtualidade. Enquanto construção concreta, respondia apenas aos anseios de igualdade e liberdade instituída pela burguesia, e sobre a sua salvaguarda.

É perceptível este intrincado contrato social, quando observamos o processo de construção do espaço público descrito em Habermas e o papel da imprensa e do discurso argumentativo da burguesia nos “*lugares do povo*”: cabarés, salões, universidades, praças, etc. A capacidade de transformação dos elementos populares na construção de uma idéia de Estado objetivava ao mesmo tempo impulsionar a ascensão da burguesia e contemporizar os sonhos de igualdade das classes populares.

Aos olhos da maioria e mais tarde da própria burguesia, o Estado democrático liberal mostrou-se pouco hábil para sustentar por muito tempo esses anseios. Os meios de comunicação e os sistemas de educação pública obrigatórios contribuíram para a manutenção desta dicotomia na medida em que, por



um lado, formavam e informavam, com restrições, o trabalhador, para que detivesse o mínimo de conhecimento necessário para operar e pensar a fábrica, os sistemas e, mais tarde, os conceitos de gerenciamento e administração. Por outro, mostrava quão frágil era o contrato montado nos pressupostos de liberdade e igualdade numa sociedade capitalista, modificando as estruturas dos espaços de participação e de construção da cidadania, a partir de novos elementos e necessidades de pertencimento¹.

A estas mudanças naturais, devemos acrescentar o desenvolvimento da ciência e, em tempo, das novas tecnologias de comunicação, que afetaram as formas de socialização, apressaram os processos de publicização e flexibilizaram os limites entre o íntimo, o privado e o público.

No entender de Rocagliolo (op. cit.;123), vivemos uma terceira revolução cultural, só comparável à da escrita ou à da imprensa. Mas que, segundo Habermas, provoca um processo de colonização do mundo da vida, transformando os papéis sociais em objetos de consumo, *desinteriorizando a interioridade*.

A base econômica e a necessidade política também contribuíram para que a sociedade moderna imprimisse uma série de características no processo de construção do espaço público burguês. Essa base já não existe mais, ou pelo menos não se consubstancia como elemento definidor da necessidade de participação e de construção de identidade do todo na sociedade contemporânea. No atual processo de globalização, a construção de uma universalidade se dá sobre os vários territórios, múltiplas e diversas culturas, vários povos e línguas, numa pluralidade incontável, incontestável e incontida.

Ao lado de uma reflexão econômica ou política, o espaço público hoje passa obrigatoriamente pelo campo da cultura, das ações dos novos atores sociais e das posturas e ações políticas. Nesse sentido, Maia (1997) identifica mudan-

ças nas concepções de Habermas a este respeito, perceptíveis quando, segundo ela, o autor “move-se do ideal universalizante de uma esfera pública única e singular para a percepção da multiplicidade de esferas públicas, nas quais diversos discursos são gerados, vozes múltiplas se sobrepõem entre atores individuais e coletivos, comunidades de competência concorrentes, intérpretes e críticos, tidos como essenciais para as democracias modernas”.(Maia, op. cit.;133)

A partir destes elementos, como podemos entender esta realidade? Se a entendemos como de transição, que elementos da tradição estão presentes e são reificados, e quais os novos a serem percebidos e analisados? Como se dá esta relação? Se a entendemos de crise, quais as possibilidades de estarmos diante de uma nova sociedade? Estamos diante de um processo de mudança ou de crise do Espaço Público?

Segundo Homi Bhabha (apud Hutheford, 1996;35) a natureza do espaço público está mudando. Tem-se a necessidade de uma noção de política que se baseie em identidades políticas desiguais, não uniformes, múltiplas e potencialmente antagônicas. Diferente da sociedade moderna, onde o espaço público era o lugar de busca de consenso, que padronizava e categorizava os desejos privados tornando-os públicos e descentrando-os para a sustentação e justificação do poder, atualmente a sociedade não busca o consenso pelo igual, absoluto e universalizante. Nesse sentido, desenvolve-se o esforço de conviver e aceitar o diferente, o grupai, o gênero, a etnia, a diversidade.

Dessa forma, o novo espaço público é construído a partir das novas formas de comunicação e do estabelecimento de convivências com o novo e o diverso, impulsionados pela revolução tecnológica que, no dizer de Pimalló & Abruzzese (1984.; 8), “*abre nuevas*

1) *Categoria antropológica que propõe a necessidade humana de ser parte de, fazer parte de algo, dar sentido a sua existência na sociedade.*

perspectivas graças al decisivo paso de la imagen analógica e ala digital, gracias a inéditas posibilidades de selección y de reorganización de la memória, graças a una más potente síntesis entre cuerpo e tecnologia" . Através das tecnologias de comunicação, Rádio, Televisão e Informática, seus suportes e das novas linguagens comunicacionais a sociedade apresenta novos problemas e novas possibilidades de encará-lo. Invertem-se os processos, descaracteriza-se a política enquanto ação institucionalizada, controlada pelo estado onde o cidadão é apenas um número, para retomar a importância da ação humana enquanto possibilidade cultural e histórica de interação com a máquina e de participação cidadã. Emergem os novos atores da sociedade civil, atores organizados que respondem comunicativamente à sociedade.

A importância que se deu à informação e a sua constante mercantilização têm contribuído para reforçar essa mudança nas práticas de participação social. As relações comunicacionais são reforçadas a partir dos novos suportes tecno-informacionais, que devem ser utilizados por estes novos atores sociais. A esse respeito, Raya (1997) propõe que:

1)Os novos organismos sociais de participação assumam os media como campos estratégicos para a ação. Segundo ela, estes media devem ser tomados de assalto e de diferentes maneiras pelos novos atores sociais, na luta pela ampliação do espaço de participação "... que se desarrollan en espacios comunicativos diferentes, que en unos casos han sido despreciados por los movimientos sociales y en otros vistos como passados de moda".(Raya,1997; 165)

2)Assumir as relações com os outros, não a partir da identidade única, senão desde as identidades que se constroem na ação comum e concreta e nos espaços próprios e cotidianos.

A rede virtual e mundial de informação - Internet - é um exemplo disso. Mesmo ainda indefinida, caracteriza-se pela sua multiplicidade e pluralidade de meios, opções e linguagens, que buscam contemplar as novas exigências do mercado e os novos desejos do cidadão. É o melhor e mais contemporâneo exemplo de uma sociedade onde as múltiplas identidades se articulam para desafiar caminhos, anarquizar regras já estruturadas, questionar a tradição.

Estamos diante, portanto, de uma revolução silenciosa nos hábitos, costumes e consequentemente nas formas do homem estabelecer novos modelos de comunicação e interação social. Estes modelos podem reinventar espaços de interação, não mais diretos, face a face, mas mediados por suportes tecnológicos, construídos para este fim. Segundo Freitas (1999), "*daqui pra frente tudo vai ser diferente*". Para ele, esta frase representa o que a Internet esta fazendo com o homem e com a sociedade como a conhecemos .

Parafraseando Freitas (op. cit.34), "*Nunca foi tão fácil ter acesso a tamanha quantidade de informações e de fontes tão diferentes. Das guerrilhas de Chiapas, no México, aos laboratórios de tecnologias mais avançados no mundo, praticamente tudo pode ser encontrado na rede. E não é só o acesso ao conhecimento que está mudando. A Internet está modificando a forma como as pessoas se relacionam, aprendem, compram, consultam o médico e até como elas fazem sexo*".

Esse contexto expressa o processo de virtualização do cotidiano, onde o Estado não pode dominar, nem legislar. Pode-se conversar em tempo real com câmeras que possibilitam ver o interlocutor e listas de discussões.

Por outro lado, são inúmeras as possibilidades de negócios e comércio oferecidos a uma clientela que cresce assustadoramente e que buscam novos nichos virtuais e novos "*domínios*". Segundo estudos da indústria de



eletroeletrônicos dos Estados Unidos, 95% dos PCs do país deverão estar conectados à Internet em 2002.

Como vemos, da mesma forma que os Shopping Centers se tornaram um espaço de troca e de consumo de bens culturais, materiais ou espirituais para as cidades industrializadas, a rede virtualiza mais ainda a “*Ágora*”, que se toma também um espaço privilegiado de discussão e de consenso. A Internet coloca-se como um espaço que pressupõe uma subjetividade intersubjetivamente estabelecida, é processual e se coloca em permanente tematização e questionamento. É, portanto, um espaço público. Considerando-se a concepção de Lafer (1994) para tal conceito, é uma junção do público comum a todos, e do público acessível a todos, mesmo que este processo ainda não esteja de todo concretizado.

Há, dessa forma, uma nova sociedade em construção e com ela um novo espaço público se constrói num processo de argumentação racional. Nesse espaço ocorrem enfrentamentos, conflitos, debates e oposições. Fundamentalmente político, interativo, cotidiano e virtualmente real, tal qual o conceito de Estado Moderno e seu sonho de democracia, que Habermas (apud Medeiros, 1998; 18) define como “*um processo circular auto-programado de poder*” e uma prática de “*atuar sobre si mesmo por meio de leis*”, e que não cabe na atualidade.

Internet como espaço de construção da Ação Comunicativa

Segundo Habermas, o que liga a busca primitiva de satisfação das necessidades básicas a uma possibilidade de organização econômica, social, política e cultural é a linguagem. Elemento constitutivo das mais diversas formas de comunicação, ela é a base da nova racionalidade.

Parte-se do pressuposto de que a construção do discurso necessita de um arrazoado competente no domínio da linguagem, dos símbolos e signos da

comunicação. Em Habermas a comunicação exige o domínio da subjetividade. Sua noção de racionalidade comunicativa está contida implicitamente na estrutura da fala humana como tal e esta significa o estandarte básico da racionalidade que compartilham os falantes competentes nas sociedades modernas. Nesse processo de exercício racional se constrói a ação comunicativa e se desenvolve o processo de socialização do homem.

Parece óbvia a idéia de que ninguém desenvolve a ação de tomar comum, ou seja, de socializar idéias, comunicar, sem que o seu interlocutor esteja pronto para receber a mensagem. Pede-se, portanto, por parte dos envolvidos no processo, um domínio “*a priori*” do que será transmitido e de como será transmitido. Habermas propõe nesse processo a presença de uma moral universal, mesmo que restrita ao contexto sócio-cultural e econômico do grupo a que pertencem os indivíduos.

Como é possível uma concepção global de racionalidade numa sociedade efêmera como a nossa?

Uma das características mais marcantes da sociedade contemporânea é o conhecimento enquanto produção, socialização e uso, sendo seu uso uma das principais preocupações da nova racionalidade habermasiana. Segundo Giddens (1994), Habermas propõe uma racionalidade que “*... tem menos a ver com o conhecimento em si do que com o modo como se utiliza o conhecimento*” (Giddens, *op. cit.*; 158).

Para Habermas, a racionalidade comunicativa ou ação comunicativa implica na aceitação dos princípios universais, os “*princípios de validade*”. Segundo ele, quando digo algo a alguém acredito que:

- O que digo é inteligível;
- O seu conteúdo proposicional é verdadeiro;
- Estou justificando o quando;
- Falo sinceramente, sem intenção de enganar.



A ação comunicativa constrói então um processo de argumentação onde a racionalidade é fundamental. Giddens (idem ibidem; 159) observa que a *“racionalidade pressupõe a comunicação, porque algo só é racional se reúne as condições para forjar uma compreensão, pelo menos com outra pessoa”*.

É nesse sentido que o processo de argumentação torna-se elemento fundamental. É nele e a partir dele que a racionalidade se manifesta, é seu *“tribunal de apelação”*, construído a partir das relações cotidianas. Nesse espaço, a ação comunicativa atua e está presente, principalmente quando das disputas, conflitos e divergências - o que possibilita a *“expansão social da racionalidade”* - e onde se desenvolvem práticas democráticas de resolução de problemas sem necessidade da coação.

O papel da ação comunicativa é reforçar as possibilidades de consenso. Portanto, a racionalidade fornece a esta ação um *“fenômeno de criticismo metódico”* onde o erro é também base para a aprendizagem. Estamos assim sempre avaliando e reavaliando nossas práticas sobre a influência de nossas práticas culturais, tradição, mitos, elementos presentes no conjunto que Habermas entende por *“Mundo da Vida”*.

Observa-se que a preposição de uma razão global, fundadora de uma moral universal, não deve caminhar para um igualitarismo universal, ao contrário, parte-se do pressuposto da desigualdade, da diferença e da pluralidade. Consideram-se então os processos de significação e subjetivação, necessários para a comunicação entre iguais.

No entender de Wellmer, (1994) a racionalidade comunicativa proposta por Habermas *“...significa também uma atitude(racional) específica que os indivíduos adotam para outros e para si mesmos, assim como uma relação específica de reconhecimento mútuo*

entre diferentes indivíduos”.

Os espaços sociais até então conhecidos têm-se caracterizado pela oposição radical à esta possibilidade. Novos espaços de comunicação têm surgido e, com a mediação das máquinas, a própria comunicação tem se modificado e criado novos ambientes, a exemplo das tecnologias televisuais e informacionais como é o caso da Internet.

Serve para este momento tanto a contribuição de McLuhan (ver Renaud, op.cit; 15) com relação à capacidade das tecnologias predominantes criarem novos ambientes humanos, mudando o sentido da relação homem x máquina, transformando o próprio homem, quanto a de Maia (op.cit. 143) sobre a capacidade das *“...práticas diárias de reprodução cultural, de integração social ou de socialização, (...) somos todos produtores de sentido e de cultura, nos interstícios do dia-a-dia, nas redes de sociabilidade, sempre há espaços para a criação de novos sentidos, os quais escapam de regulamentação legal, do alcance administrativo ou do direcionamento político”*. Qual o papel da Internet na mudança de sentido de uma racionalidade constitutiva e na construção do espaço público contemporâneo?

Talvez Levy nos ajude a entender os processos de organização e institucionalização do espaço tecnologizado ou do *“Ciberespaço”*, a estabelecer uma relação entre estes conceitos e a Internet como rede de informações e como rede de produção de sentidos.

Por Ciberespaço, Levy (1999; 17) entende *“o meio de comunicação que surge da interconexão de computadores”*. É nela, nesta rede mundial de informações que, segundo o autor, estão acontecendo as mudanças nos costumes e nas formas de vida do homem. Isto é o que entende por cibercultura - *conjunto de técnicas, materiais e intelectuais, de práticas, de*



atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolve juntamente com o ciberespaço.” (Levy, idem ibidem; 22)

Mesmo considerando o otimismo do autor, não podemos deixar de destacar suas observações sobre a composição anárquica desse novo espaço e o papel da Internet nesse processo. O Ciberespaço é o suporte de uma Inteligência Coletiva, que se desenvolve, pressupondo questionamentos das relações de poder. O conhecimento ou apropriação desse processo por indivíduos e grupos pode proporcionar a redução dos efeitos da exclusão e da destruição humana resultantes da aceleração do movimento tecno-social.

Atualmente, torna-se redundante falar do conteúdo da rede Internet e de suas inúmeras possibilidades. Apesar de não ser este o caminho que se propõe traçar aqui, não se pode deixar de sugerir que este universo em construção, lugar de compra e venda de produtos e, principalmente, de pluralidade de sentidos, tem afetado estruturas tradicionais de sociabilidade, pertencimento e comunicação.

Os conceitos de realidade, virtualidade, interação, mediação, educação, conhecimento, universalidade, sentimentos, emoções, sexualidade, entre outros, tem sido bastante modificados a partir da rede. Mas o que se considera mais importante são os espaços de conversação, de discussão, que proporcionam uma nova linguagem cifrada, uma nova escrita, cheia de novas significações e de novos elementos culturais, voltados para uma “*Universalidade sem Totalidade*” (Levy. 1999; 119) Talvez nesse espaço o uso público da razão concretize-se numa relação dialógica, aberta e flexível.

Este processo se dá por meio da comunicação, e exige dela, como propõe Habermas, o domínio da subjetividade que constitui o processo de argumentação racional. Os novos

códigos e signos, as novas invenções tecnológicas, que colocam duas pessoas em lugares diferentes do globo conectadas com imagem e som, contribuem para a necessidade de reforçar, neste processo comunicacional, princípios de validade universal.

A Internet possibilita a expansão social da racionalidade, e permite reforçar as possibilidades de consenso - mesmo que este consenso já não corresponda mais ao sonho burguês da maioria, e seja apenas grupai. Como exemplo temos os sites de busca de parceiros, amigos, as salas de bate papo, listas de discussão e os mais diversos sites personalizados que constituem a rede.

Este é, sem dúvida, o novo mundo vital, e é dele que novas estruturas e práticas culturais emergem, e que são fundamentais para criar novas formas de identidade, identidade esta que Hall (1996; 68) entende “*como uma ‘produção’ que nunca se completa, que está sempre em processo e é sempre constituída interna ou externamente à representação*”.

Esta prática se constrói a partir das relações dialógicas que “*...exigem o engajamento ativo dos agentes quando, então, os sentidos, já sempre interpretados conforme formas de vida particularizada, constelações, de interesses e de valores específicos, encontram-se abertos para serem continuamente (re)interpretados por estrita autoreflexão linguística*”.(Maia, op. cit. 143) São, em suma, novas redes interativas de sociabilidade.

Numa sociedade plural e profundamente diversificada, a Internet é um espaço onde o outro pode se constituir. Há sempre um nicho, um “*domínio*” a ser conquistado. Mesmo que este espaço ainda não seja plenamente utilizado por todos (democraticamente), não deixa de ser um espaço político e um espaço público, fruto de uma nova racionalidade comunicativa, constituído a partir das relações cotidianas - mesmo



virtuais - mas que nos possibilita pensar numa concepção global de racionalidade que fundamenta uma moral universal igualitária, diferente daquela com que se está acostumado a sonhar.

À guisa de conclusão

A construção histórica do Espaço Público em Habermas, e a reflexão sobre um espaço público revisto segundo a ótica da sociedade contemporânea nos aproxima muito do conceito de rede, ou Ciberespaço, pensado por Pierre Levy.

Observa-se então que o espaço público é, atualmente, um espaço muito mais virtual do que anteriormente. Parte-se da idéia de que o conceito de espaço público construído por Habermas e aplicado ao processo de publicização dos problemas e necessidades coletivas sempre teve em sua essência elementos virtuais. Com as transformações advindas das crises do capitalismo e do processo de evolução social, esses elementos tiveram uma importância muito maior, principalmente no que diz respeito às mudanças conceituais e práticas de tempo e espaço, trazidas pela sociedade pós industrial.

Essa necessidade de transformação é fruto do profundo processo de racionalização sistemática da sociedade e do afastamento da racionalidade comunicativa.

Com o advento dos média e atualmente da Internet, também o “*mundo da vida*” foi virtualizado. A tradição e todas as práticas culturais em tese podem e devem estar em rede.

A transformação e/ou evolução do espaço público desde a Grécia até a atualidade, enquanto espaço/lugar de troca de idéias está fundada na concepção virtual de uma prática, substanciando-se num exercício de argumentação. O que caracteriza este espaço desde os idos antigos não é o lugar, mas a forma como os mais distintos grupos sociais, nos mais diferentes momentos históricos, constróem possibilidades de pensar o cotidiano de forma coletiva e de

conceber, a partir dessa reflexão, regras mínimas que possam estruturar essa convivência coletiva.

Considerando-se as diferenças econômicas e socioculturais, percebe-se:

- Há uma crescente necessidade de tomar públicas essas idéias e opiniões através do processo de comunicação, também diferente para cada tempo e lugar;
- Essa prática possibilita a expansão social da racionalidade;
- Há uma preocupação em aprimorar a forma de unir a racionalidade sistêmica e a racionalidade comunicativa.

Portanto, constrói-se um espaço público a partir de uma nova racionalidade, onde a necessidade de pertencer e de participar exige uma postura aberta ante a diferença, a diversidade e a pluralidade. Numa sociedade urbana, concebe-se uma política que realmente corresponda às necessidades e problemas da “Polis” contemporânea na qual, como propõe Guattari (1996), tudo circula, o mundo se move, tudo passou a ser intercambiável, equivalente. “Fundamentalmente, o homem contemporâneo não pertence a lugar algum (...) as áreas etológicas originais, ou seja, corpo, clã, povoado, religião, corporação, não estão mais claramente definidas no mundo, mas essencialmente incorporadas no universo invisível”. (Guattari, op. cit; 293)

No caso das tecnologias de comunicação, a Internet representa muito bem essa realidade e cria novas necessidades e situações que nos possibilitam compreender essa sociedade a partir de seus novos elementos, das novas formas de manifestação pública, de sua relação e convivência com a técnica, da compreensão dos processos de mediação. Como bem observa Bhabha, devemos participar deste novo processo de forma criativa, produtiva e plena. Novas situações requerem novos princípios, novas abordagens, novas linguagens, enfim, novas possibilidades



de sentir.

Talvez seja este o momento pertinente para pensar o público, o político, a comunicação, a cultura, a técnica, e outros conceitos tão profundamente debatidos e enraizados nos indivíduos de forma diferente.

É necessário entender que "... o indivíduo constitui sua subjetividade no marco de uma relação de necessidade com o outro " (Jelin, 1996; 15), e "consumiendo los medios participamos en el proceso de estructuración. Expresamos y (re)definimos nuestro lugar en el mundo en terminos de clase, raza, género, orientacion sexual, nivel

educativo o situación laboral. Estas estructuras adquieren presencia después en nuestras conversaciones, reforzandólas y en ocasiones reformandólas"(Blanco, 1999; 147)

Questiona-se, por fim: se sempre foi assim, o que mudou? Os meios e principalmente os processos de mediação desenvolveram novas competências, uma nova racionalidade para satisfazer a necessidade de novos espaços de participação, novas formas de pertencimento, práticas absolutamente humanas. E isto não é crise enquanto terminalidade, é processo histórico, que tem na crise um elemento cotidiano.

Bibliografia do artigo

- ABRUZZESE, Alberto & PIROMALLO, Agata. Videoculturas de Fin de Siglo, Madrid; Catedra, 1990.
- ALMEIDA, Jorge. Mídia, opinião pública ativa e esfera pública democrática, in: Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. VI, n° 01 janeiro/abril, 1999.
- BAUDRILLARD, Jean. Tela Total: mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre, Ed. Sulina, 1997. pag. 145.
- BLANCO, Victor.F. Sampedro. Efectos de los medios de comunicación sobre la opinion pública, os paradigmas sobre o poder do público. in Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. VI, n° 01 janeiro/abril, 1999.
- CANCLINI, Nestor Garcia. Culturas Híbridas, São Paulo, EDUSP, 1998.
- CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e Cidadãos. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 1997.
- COSTA, Sérgio. Do simulacro e do discurso: esfera pública, meios de comunicação de massa e sociedade civil, in: Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. IV, n° 02, maio /agosto, 1997.
- DEBRAY, Régis. Vida e morte da Imagem. Petropoles, Ed. Vozes, 1993.
- FREITAS, Lucas. Disponível no site www.revolução.com, in: www.icarobrasil.com.br, capturado em 22/11/99.
- GARCIA, Maria Eugênia. Comunicación política y organizaciones sociales: de los medios e otros demonios. In: Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. V, n° 1, janeiro/abril, 1998.
- GIDDENS, Antony e outros Habermas y la Modernidad. Madrid: Cátedra, 1994.
- GUATTARI, Felix. Restauração da Paisagem Urbana. In: Revista do Patrimônio/MIC, Brasília, n°24,1996.
- HABERMAS, Jürgen. Mudança Estrutural da Esfera Pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HALL, Stuart. Identidade, Cultura e Diáspora. In: Revista do Patrimônio/MIC,



Brasília, nº24,1996.

HUTHEFORD, Jonathan. O Terceiro Espaço - Uma Entrevista com Hommi Bhabha.

In: Revista do Patrimônio/MIC, Brasília, nº24,1996.

JELIN, Elizabeth. Cidadania e Alteridade: o reconhecimento da pluralidade. In:

Revista do Patrimônio/MIC, Brasília, nº24,1996.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo, Ed. 34,1999.

LEVY, Pierre. Inteligência Coletiva, São Paulo, Ed. Loiola, 1998.

LEVY, Pierre. O Que é Virtual, São Paulo, Ed. 34,1996.

LEVY, Pierre. Ideografia Dinâmica: rumo a uma imaginação artificial, São Paulo, Ed. Loiola, 1998.

LEVY, Pierre. Tecnologias da Inteligência, São Paulo, Ed 34,1993

MACIEL, Kátia. A última Imagem, in PARENTE, André. Imagem Máquina, São Paulo, Ed, 34,1996.

MAIA, Rousiley Celi Moureira, A mídia e o novo espaço público. In: Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. V, nº 1, janeiro/abril, 1998.

MEDEIROS, Marilú Fontoura de. Esfera Pública e Legitimidade na Construção da Cidadania. In: Educação, Porto Alegre, ano XXI, nº 36, nov. 1998.

MORIN, Edgar. O Método IV: as idéias; a sua natureza, habitat e organização, Sintra, Publicações Europa-America LTDA, 1991.

MORIN, Edgar. Ciência com Consciência, Rio de Janeiro, Bertrand do Brasil, 1996.

RENAUD, Alain. Comprender la imagen hoy: Nuevas Omégenes, nuevo régimen de lo Visible, nuevo Imaginario. In: Videoculturas de Fin de Siglo, Madrid; Catedra,1990.

ROCAGLIOLO Rafael. Los espacios culturales e su onomatica. In: Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. V,nº 1, janeiro/abril, 1998.

SANTOS, Milton e outros Natureza e Sociedade de Hoje: uma leitura Geográfica (2ª ed) São Paulo, Ed. HUCITEC, 1994.

SERRES, Michel. Mestiço, São Paulo, CIA das Letras, 1995.

WELLMER, H. e outros Habermas y la Modernidade. Madrid: Cátedra, 1994.



Bibliografia comentada: Estudos Culturais e recepção

Na área dos Estudos Culturais, cada coletânea temática que o mercado editorial - no caso, o de língua inglesa - publica é sinônimo de leitura obrigatória para os pesquisadores do objeto em questão. Dada a internacionalização dos Estudos Culturais e a consequente dispersão das produções e pesquisas, anda-se sempre no rastro daqueles textos que procuram mapear o “estado da arte” de determinadas áreas de estudo. E quando esses livros prometem reunir textos de “autoridades” no assunto, torna-se imperativo acompanhar a reflexão do momento. Sobretudo porque, no caso dos Estudos Culturais, devido à ausência de um conjunto preciso de princípios teórico-metodológicos, esse campo tem uma organização em tomo de formas de autoridade fundadas em trajetórias intelectuais individuais. Por todos esses motivos, a coletânea organizada por Perti Alasuutari, *Rethinking the Media Audience* (1999), desperta muita curiosidade.

O livro reúne reflexões do próprio Alasuutari, professor de Sociologia da Universidade de Tampere, Finlândia, que conquistou reconhecimento na área, sobretudo após a publicação do que é considerado um dos únicos textos de metodologia no campo dos Estudos Culturais¹, *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies* (1995) e, também, de outros integrantes de uma nova geração de pesquisadores/praticantes de Estudos Culturais que alcançou destaque, principalmente, nos anos 90. Entre eles: Ann

Gray, chefe do Departamento de Estudos Culturais da Universidade de Birmingham, organizadora de inúmeras coletâneas de textos considerados “clássicos” na formação dos Estudos Culturais britânicos, com destaque para *Studying Culture* (1993,1997); Joke Hermes da Universidade de Amsterdã, que tem entre suas publicações *Reading Women's Magazines* (1995), John Tulloch que, em parceria com Albert Moran, publicou *A Country Practice: 'quality soap'* (1986) e, mais recentemente, com Henry Jenkins (Massachusetts Institute of Technology - MIT), *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek* (1995). E, do lado dos “pessos-pesados” dos Estudos Culturais, David Morley, que desde do final dos anos 70 vem tendo forte participação nos debates e rumos desse campo, principalmente aqueles que se detêm no enfoque da recepção ou audiência.

O objetivo da coletânea é sumarizar a atual situação da pesquisa de audiência dos *media*, a partir do enfoque dos Estudos Culturais, identificando, também, as tendências emergentes que despontam para o futuro desenvolvimento da área. Com esse propósito, o livro divide-se em duas partes: a primeira dá conta do desenvolvimento e atual formato do campo da pesquisa de recepção, apresentando três textos de caráter teórico-metodológico; a segunda seção se propõe desenvolver diferentes dimensões dessa nova agenda que

1) *Além desse texto, a coletânea organizada por McGuigan (1997) é outra que tem como propósito discutir as opções metodológicas na área dos Estudos Culturais. Contudo, essa obra tem um caráter mais abrangente, pois inclui tanto uma discussão sobre os rumos teóricos desse campo como relatos de pesquisas empíricas e ainda as condições para realizar um trabalho de pesquisa em Estudos Culturais.*

Ana Carolina Escosteguy é Professora da Faculdade dos Meios de Comunicação Social da PUC/RS e, também, do programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma instituição; Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP.

estaria configurando uma “terceira geração” de estudos de recepção e etnografia de audiência. E a palavra final é de Morley que, levando em consideração seu próprio itinerário de pesquisa (1978, 1980, 1986, 1992) e o trabalho agrupado nessa coletânea, avalia os rumos da investigação na área, nem sempre concordando com os posicionamentos arrolados no livro.

Na introdução da coletânea, o capítulo de Alasuutari promete identificar três fases nos estudos de recepção. A primeira toma como ponto inicial o texto de Stuart Hall (1980²), onde ele esboça, a partir de um determinado entendimento do processo de comunicação, um modelo de codificação e decodificação, desenvolvendo no mínimo três modalidades de estratégias de leitura/recepção. Para Alasuutari, essa fase se caracteriza pela “guinada linguística ou semiótica” dado que o marco que Hall introduz significa o abandono de um modelo behaviorista em direção a um marco interpretativo onde todos os “efeitos” dependem de uma interpretação das mensagens mediáticas pelas pessoas. Alasuutari conclui que, nessa direção, tudo - inclusive as “estruturas de produção” - é concebido como um construto social e linguístico.

Essa “primeira geração” que, para Alasuutari, assume a denominação de “pesquisa de recepção” pode ter como exemplo maior o primeiro estudo influenciado pelo modelo de Hall: a pesquisa desenvolvida por David Morley, *The Nationwide Audience* (1980) que, na verdade, era uma segunda parte do projeto iniciado em conjunto com Charlotte Brunson, *Everyday Television: 'Nationwide'* (1978). Morley, no estudo de 1980, se detem apenas em um momento determinado do processo comunicativo: o momento da decodificação. Selecionando grupos distintos e apresentando-lhes o programa televisivo Nationwide, Morley pode confirmar a existência de posições

distintas diante da mesma mensagem, corroborando a formulação de Hall (1980).

A “segunda geração” é identificada através de uma série de estudos qualitativos de recepção e audiência que indicaram a formação de uma nova matriz: a etnografia de audiência - entre outros, Radway (1984); Hermes (1995); Gray(1987,1992); Gillespie(1995). Para tal contribuíram, em primeiro lugar, o debate feminista em torno da centralidade da categoria de gênero; em segundo, a diminuição do interesse em relação ao conteúdo propriamente dito dos programas, o que gerou maior atenção nas funções desempenhadas pelos meios (neste particular, poderia ser explorada uma possível proximidade da etnografia de audiência com alguns pressupostos da vertente norte-americana dos usos e gratificações, mas não cabe a esta resenha fazê-lo); e, por último, a concentração no cotidiano de um grupo onde se observa o uso ou a recepção de um programa ou um meio. Enfim, estuda-se mais o papel dos meios na vida cotidiana do que o impacto ou o sentido da vida cotidiana na recepção de um programa, isto é, o objeto central de análise se localiza nas culturas e comunidades nas quais os meios e a audiência são elementos constitutivos.

A última geração tem como ponto de partida o questionamento de premissas da etnografia de audiência. Embora Alasuutari ressalte que não há uma ruptura clara em relação a “segunda geração”, ele a caracteriza como uma onda de crítica e auto-reflexão que significa um completo repensar sobre o lugar que os meios ocupam na vida cotidiana, do conceito de “audiência” e, junto com isso, do lugar da própria pesquisa dos meios nesse panorama. Por essa razão, conclui que “a terceira geração traz os *media* de volta aos estudos dos *media*, mas os concebe, assim como suas mensagens, em um sentido mais amplo do que como um texto codificado para ser, então,

2)Na verdade, esse texto foi publicado pela primeira vez em 1973, mas é mais acessível consultá-lo em Hall et al. (1980).

decodificado por uma ‘comunidade interpretativa’ específica” (1999:7).

Esta avaliação de Alasuutari traz à tona dúvidas que talvez impeçam de falar em uma “terceira geração” de estudos sobre o âmbito da recepção ou da audiência. Por exemplo, este alargamento do olhar não se revelou o próprio fundamento das etnografias de audiência que, segundo Alasuutari, compõem a “segunda geração” na área? De outro lado, observou-se que concomitante à popularidade da opção etnográfica, foram surgindo avaliações críticas sobre suas implicações, mas isto seria suficiente para falar em uma nova guinada? Enfim, o que há de realmente diferente ou inovador entre a “segunda” e a “terceira” geração para marcar uma nova etapa? Na verdade, o texto de Alasuutari não responde essa questão, apenas dá pistas sobre a movimentação atual da área. Porém, estas ainda não constituem uma tendência consolidada.

Sobre o enfoque que questiona a existência da “audiência”, pode-se dizer que, no final dos anos 80, surgiram uma série de textos que apontaram a audiência como um construto discursivo produzido a partir de um determinado olhar analítico. Logo, este é um debate que tem início nessa época, sendo que esporadicamente aparece uma ou outra reflexão nesse sentido. Dentro da coletânea, Birgitta Hoijer em “To Be Audience” recupera essa discussão a partir das próprias noções de pessoas no seu papel de telespectadores, isto é, ela investe em um metadiscurso sobre as audiências - o ponto de partida são noções da audiência sobre a audiência.

Entre as conclusões, a autora mostra que nós - membros da audiência - carregamos muitas identidades diferentes de audiência conosco (por exemplo, fazemos julgamentos morais de nossa assistência televisiva; valorizamos mais os programas noticiosos, pois eles são vistos como um “dever social” na medi-

da em que contribuem para a construção de nossa identidade como cidadãos) e que, sobretudo, pensamos, e os próprios meios também contribuem para isso, que o ideal é ser um espectador “ativo”. Logo, esta condição é mais valorizada do que a passividade.

No entanto, Hoijer critica tal posicionamento: “A pesquisa acadêmica, especialmente a tradição dos estudos culturais, celebra toda condição de audiência como ativa e parece ser incapaz de fazer distinções em relação a dimensões ativo-passivas entre quaisquer gêneros e usos sociais. Na minha visão, nós deveríamos aprofundar nosso entendimento teórico e empírico dos conceitos de ativo e passivo, sem cair na armadilha de que ser ativo é sempre melhor para a audiência” (1999:191).

Delineando as temáticas que conformariam a nova agenda dos “estudos culturais de audiência” ou da “pesquisa cultural dos *media*”, isto é, a “terceira geração” dos estudos da temática recepção/audiência, Alasuutari indica o aumento da reflexividade, um deslocamento de uma psicologia da audiência para uma sociologia da audiência e, por fim, uma aproximação a uma cultura dos meios como um todo, isto é, os meios, os programas e as mensagens são vistos como parte de uma realidade social.

O que se observa, então, é uma intensificação da pesquisa no registro do lugar cultural dos meios no mundo contemporâneo, ou melhor, em uma realidade social concreta - na vida cotidiana de uma determinada comunidade ou grupo social. Em outras palavras, a principal característica da “segunda geração” desses estudos é desenvolvida ainda com mais afinco pela “terceira geração” - se é que existe tal passagem.

Que o modelo de codificação e decodificação de Stuart Hall representou uma ruptura com as posições dominantes até aquele momento no campo dos estudos dos *media* é aceitável. De outro lado, que o desenvolvimento desse modelo, um pouco mais tarde, gerou



uma onda de estudos etnográficos da audiência que capturavam muito mais um modo de vida particular de um grupo social e a inserção da cultura mediática nesse contexto, também, facilmente se verifica.

Entretanto, entre o modelo de Hall e o desenvolvimento mais acentuado dos estudos etnográficos de audiência, existem estudos que ainda tentaram relacionar um determinado texto e sua recepção em um determinado grupo social. Metodologicamente, alguns já ensaiavam uma aproximação à etnografia. Podemos, assim incluir as pesquisas de Ien Ang (1985) em *Watching Dallas*; de Dorothy Hobson (1982) em *Crossroads: The drama of a soap opera*; de David Buckingham (1987) em *Public secrets: Eastenders and its audience*; de Jacqueline Bobo (1988) em *The Color Purple: Black women as cultural readers*.

O que é difícil é distinguir uma terceira virada em uma área - a recepção - que, de certa forma, já deixou de ser ela mesma. Isto é, se a “segunda geração” foi além da avaliação dos efeitos de uma mensagem dos *media* - e isto parece ser unânime entre os autores integrantes da coletânea -, então, está-se falando de uma outra ênfase de pesquisa. O próprio Alasuutari parece perceber esse problema ao dizer que a “terceira geração” alarga o marco dentro do qual se concebe os *media* e seus usos: “o objetivo é obter uma compreensão da nossa cultura contemporânea dos *media* e, particularmente, como ela se expressa no papel dos *media* na vida cotidiana, tanto como um tópico quanto como uma atividade estruturada pelos discursos, mas também estruturando os mesmos discursos mediáticos dentro dos quais a própria cultura é discutida” (1999:6).

De certa forma, Morley também discorda, embora elegantemente, da construção de Alasuutari que, em última instância, estabelece cortes e rupturas, indicando um progresso na área através da superação de sucessivas etapas.

Como argumento central, utiliza sua própria experiência onde, em um determinado momento, tentou de todas as formas mostrar as diferenças significativas e os avanços originais que a pesquisa em recepção apresentava diante de outras vertentes. Com isso, Morley refere-se especificamente a sua tentativa de diferenciar o trabalho que desenvolvia, nos anos 80, da perspectiva dos usos e gratificações. Porém, no final dessa mesma década, já começava a esboçar um posicionamento que admitia que certos elementos daquela perspectiva poderiam ser úteis e incorporados para o desenvolvimento da pesquisa em recepção.

Por essa razão, ele reforça que: “meu próprio sentimento é de que mais do que pensar em termos de uma sucessão linear de verdades, paradigmas ou modelos, cada um deslocando o anterior, em algum progresso triunfal, nós podemos ser melhor servidos por um modelo multidimensional. Com isso eu quero simplesmente sugerir que o que está frequentemente em jogo no progresso intelectual é como construir novos *insights* dentro (ou sobre) o velho, mais do que como trocar inteiramente o velho pelo novo” (1999:196).

Nesse sentido, indica como exemplar o capítulo de Christian Kim Schroeder, na coletânea, “The Best of both Worlds? Media Audience Research between Rival Paradigms”. Esse artigo discute uma possibilidade de integração da perspectiva quantitativa de pesquisa (leia-se usos e gratificações) à qualitativa (entendida como a aproximação etnográfica e os estudos de recepção). Isto é, para Morley, a pesquisa atual pode - e deve - revisitar criticamente os questionamentos e as respostas que pesquisadores anteriores construíram e imaginaram ter resolvido.

Pode-se incluir o capítulo de Ann Gray, “Audience and Reception in Retrospect: The Trouble with Audiences” em uma perspectiva de revisão dos trabalhos sobre a audi-



ência, construindo uma trajetória mais complexa destas pesquisas. A autora recupera, então, os comentários de Stuart Hall (1994) sobre sua construção do modelo de codificação e decodificação, assim como a crítica de Comer (1991) sobre o abandono da “política” nos estudos de recepção o que, para ela, indica uma visão estreita de política e, sobretudo, uma concepção pautada pelo gênero.

De toda forma, Morley aponta como distintivo do trabalho atual da área o foco recorrente na dimensão “moral” da radiodifusão e seu consumo. Esse marco conecta esses estudos com um conjunto de questões em torno da cidadania, do julgamento de valor sobre a programação factual ou ficcional e dos

modos apropriados de consumo mediático, sendo que por trás desses pontos subjaz uma determinada concepção de democracia, de esfera pública e do papel dos serviços públicos de radiodifusão. E, segundo o autor, são de fato essas mesmas temáticas que devem dirigir a atenção dos pesquisadores contemporâneos para que estas não se tornem exclusivas de posições identificadas, até então, com a economia política e com a sociologia da comunicação de massa. No momento em que esse tipo de enfoque calcado em um tripé entre cultura, política e economia se consolidar na investigação dos *media*, à luz da tradição dos Estudos Culturais, aí sim, talvez, possamos falar em uma nova geração de estudos na área.

Bibliografia Comentada

ALASUUTARI, Perti (1995) *Researching culture: Qualitative method and cultural studies*. London: Sage.

ALASUUTARI, Perti (org.) (1999) *Rethinking the Media Audience*. London: Sage.

ANG, Ien (1985) *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen.

BOBO, Jacqueline (1988) *The Color Purple: Black Women as cultural readers*. In PIBRAM, Deidre E.(org) *Female Spectators - Looking at film and television*, London: Verso, 90-109.

BOBO, Jacqueline (1994) *Black women as cultural readers*. New York: Columbia University Press.

BUCKINGHAM, David (1987) *Public secrets: Eastenders and its audience*. London: British Film Institute.

CORNER, John (1991) *Meaning, genre and context: The problematics of ‘public knowledge’ in the new audience studies*. In CURRAN, J. e GUREVITCH, M. (orgs) *Mass media and society*, London/New York: Edward Arnold, 267-284.

GILLESPIE, Marie (1995) *Television, ethnicity and cultural change*. London: Routledge.

GRAY, Ann e McGUIGAN (orgs) (1993) *Studying culture - An introductory reader*. London/New York: Arnold.

GRAY, Ann (1987) *Behind close doors: video recorders in the home*. In BAHER, H. e DYER, G. (orgs) *Boxed in - Women and television*, London/New York: Pandora, 38-50.



- GRAY, Ann (1992) *Video Play time: The gendering of a leisure technology*. London: Routledge.
- HALL, Stuart, HOBSON, Dorothy, LOWE, D e WILLIS, Paul (orgs) (1980) *Culture, media, language*. London/New York: Routledge/CCCS.
- HALL, Stuart (1980) *Encoding/decoding*. In HALL, Stuart, HOBSON, Dorothy, LOWE, D e WILLIS, Paul (orgs) *Culture, media, language*. London/New York: Routledge/CCCS, 128-138.
- HALL, Stuart (1994) *Reflections upon the Encoding/Decoding model: An interview with Stuart Hall*. In CRUZ, Jon e LEWIS, Justin (orgs) *Viewing, reading, listening - Audiences and cultural reception*, Boulder/San Francisco/Oxford: Wetview Press, 253-274.
- HERMES, Joke (1995) *Reading women's magazines*. London: Polity Press.
- HOBSON, Dorothy (1982) *Crossroads: The drama of a soap opera*. London: Methuen.
- HODGE, Bob e TRIPP, David (1986) *Children and television: A semiotic approach*. Cambridge: Polity Press.
- MORLEY, David e BRUNSDON, Charlotte (1978) *Everyday television: 'Nationwide'*. London: British Film Institute.
- MORLEY, David 1980 [1977-78]: *Texts, readers, subjects*. In HALL, S., HOBSON, D., LOWE, D. e WILLIS, P. (orgs) *Culture, media, language*, London/New York: Routledge/CCCS.
- MORLEY, David (1980) *The Nationwide audience*. London: British Film Institute.
- MORLEY, David (1986) *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London: Comedia.
- MORLEY, David (1989) *Changing paradigms in audience studies*. In SEITER, Ellen, BORCHERS, Hans, KREUTZNER, Gabriele e WARTH, Eva-Maria (orgs) *Remote control - Television, audiences and cultural power*, London/New York: Routledge.
- MORLEY, David (1992) *Television audiences and cultural studies*. London/New York: Routledge.
- McGUIGAN, Jim (org.) (1997) *Cultural Methodologies*. London: Sage.
- RADWAY, Janice (1984) *Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill/ London: University of North Carolina Press.
- SEITER et al. (1989) *'Don't treat us like we're so stupid and naive: Towards an ethnography of soap opera'*. In SEITER, Ellen, BORCHERS, Hans, KREUTZNER, Gabriele e WARTH, Eva-Maria (orgs) *Remote control - Television, audiences and cultural power*, London/New York: Routledge.
- TULLOCH, John e MORAN, Albert (1986) *A country practice: 'quality' soap*. Sydney: Currency Press.



Colaborações

Artigos bem como resenhas de livros e coletâneas podem ser enviadas em disquete ou por correio eletrônico, na forma *attached* à revista *Novos Olhares*, como colaboração.

As colaborações só serão publicadas se aprovadas pelo Conselho Editorial e deverão obedecer às seguintes características:

- a) Notas de rodapé de acordo com as normas de referências bibliográficas;
- b) Bibliografia só dos textos referenciados no artigo;
- c) Nota identificativa do autor contendo formação básica, instituição em que estuda, pesquisa, leciona;
- d) Indicação das principais obras do autor;
- e) Com o artigo, deve ser enviado um resumo, com cerca de dez linhas, e uma relação de palavras chave para efeito de classificação bibliográfica;
- f) O autor do artigo e/ou resenha publicado em *Novos Olhares* receberá cinco exemplares da revista.

Enviar as colaborações por e-mail para: olhares@edu.usp.br, e através de disquete para

Revista Novos Olhares

Departamento de Cinema, Rádio e TV
Escola de Comunicações e Artes da USP.
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443,
Cidade Universitária, São Paulo-SP
CEP: 05508-900



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Jaques Marcovitch
Reitor

Adolpho Melphi
Vice-reitor

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Tupã Gomes Corrêa
Diretor

Waldenyr Caldas
Vice-diretor

DEPARTAMENTO DE CINEMA, RÁDIO E TV

Mauro Wilton de Sousa
Chefe do Departamento

Ismail Xavier
Chefe Suplente

São Paulo
1999

realização:



apoio:

