

COLEÇÃO

GPs 14

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

Organização:
Rose Mara Vidal de Souza
José Marques de Melo
Osvando J. de Morais

COLEÇÃO
GPs



Presidente – Antonio Hohlfeldt
Vice-Presidente – Marialva Barbosa
Diretor Editorial – Osvando J. de Morais
Diretor Financeiro – Fernando de Almeida
Diretor Administrativo – José Carlos Marques
Diretora Cultural – Rosa Maria Dalla Costa
Diretora de Documentação - Nélia Rodrigues Del Bianco
Diretor de Projetos - Adolpho Carlos Françoso Queiroz
Diretora de Relações Internacionais – Sonia Virginia Moreira
Diretora Científica – Raquel Paiva
Coordenadora Acadêmica – Iluska Coutinho

Secretaria

Maria do Carmo Silva Barbosa
Genio Nascimento
Jovina Fonseca

Direção Editorial

Osvando J. de Morais

Presidência

Muniz Sodré (UFRJ)

Conselho Editorial – Intercom

Alex Primo (UFRGS)	Marcio Guerra (UFJF)
Alexandre Barbalho (UFCE)	Margarida M. Krohling Kunsch (USP)
Ana Sílvia Davi Lopes Médola (UNESP)	Maria Teresa Quiroz (Universidade de Lima/Felafacs)
Christa Berger (UNISINOS)	Marialva Barbosa (UFF)
Cicília M. Krohling Peruzzo (UMESP)	Mohammed Elhajii (UFRJ)
Erick Felinto (UERJ)	Muniz Sodré (UFRJ)
Etienne Samain (UNICAMP)	Nélia R. Del Bianco (UnB)
Giovandro Ferreira (UFBA)	Norval Baitelo (PUC-SP)
José Manuel Rebelo (ISCTE, Portugal)	Olgária Chain Féres Matos (UNIFESP)
Jeronimo C. S. Braga (PUC-RS)	Osvando J. de Morais (Intercom)
José Marques de Melo (UMESP)	Paulo B. C. Schettino (UFRN/ASL)
Juremir Machado da Silva (PUCRS)	Pedro Russi Duarte (UnB)
Luciano Arcella (Universidade d'Aquila, Itália)	Sandra Reimão (USP)
Luiz C. Martino (UnB)	Sérgio Augusto Soares Mattos (UFRB)

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

ROSE MARA VIDAL DE SOUZA

JOSÉ MARQUES DE MELO

OSVANDO J. DE MORAIS

(ORGANIZADORES)

São Paulo
INTERCOM
2014

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

Copyright © 2014 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

Direção

Osvando J. de Moraes

Projeto Gráfico e Diagramação

Marina Real e Mariana Real

Capa

Marina Real

Revisão

Carlos Eduardo Parreira

Organização Técnica

Marthins Machado.

Ficha Catalográfica

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

[recurso eletrônico] / Organizadores, Rose Maria Vidal de Souza, José Marques de Melo, Osvando J. de Moraes
– São Paulo: INTERCOM, 2014.

551 p.: il. – (Coleção GP'S: grupos de pesquisa; vol. 14)

Inclui bibliografias.

E-book.

ISBN 978-85-8208-060-3

1. Comunicação. 2. Comunicação-Teorias. 3. Comunicação-Pesquisa. 4. Comunicação de massa. 5. Comunicação de massa-Aspectos sociais. 6. Comunicação de massa-Opinião. I. Vidal de Souza, Rose Maria. II. Marques de Melo, José. III. Moraes, Osvando José de. IV. Título.

CDD-302.2

Todos os direitos desta edição reservados à:

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros

CEP: 05415 - 012 - São Paulo - SP - Brasil - Tel: (11) 2574 - 8477 /

3596 - 4747 / 3384 - 0303 / 3596 - 9494

<http://www.intercom.org.br> – E-mail: intercom@usp.br

Sumário

Prefácio9

Rose Mara Vidal de Souza

Apresentação..... 11

José Marques de Melo

PARTE I. – TEORIAS FUNDADORAS

1. Os processos de massificação: fronteiras entre massa e multidão 15

Rejane de Mattos Moreira

2. A Teoria Hipodérmica34

Ivan Carlo Andrade de Oliveira

3. As bestas do Apocalipse: a teoria adorniana da indústria cultural	55
<i>Adilson Vaz Cabral Filho</i>	
4. O marxismo estruturalista de Althusser.....	75
<i>Luciana Panke</i>	
<i>Mário Messagi Jr.</i>	
5. Da Cibernética à Teoria do Caos	101
<i>Ivan Carlo Andrade de Oliveira</i>	
6. Usos e Gratificações – Uma revisita à Teoria que deu um novo impulso aos estudos de recepção.....	127
<i>Gizeli Bertollo Menezes</i>	
7. Espiral do Silêncio e Mídias Sociais: a participação da opinião pública no Twitter	152
<i>Liana Vidigal Rocha</i>	
<i>Valmir Araújo</i>	
<i>Raimundo Gama da Silva Júnior</i>	
8. Da Teoria Culturológica ao Pensamento Complexo	183
<i>Cosette Castro</i>	
9. As Ideias de Marshall McLuhan em sala de aula – praticando o tambor tribal.....	205
<i>Sandra Sueli Garcia de Sousa</i>	
10. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em comunicação	226
<i>Ana Luiza Coiro Moraes</i>	

PARTE II. – TEORIAS INOVADORAS

1. Agenda-Setting e Twitter: um estudo da relação entre teoria e prática 261
Ana Caroline da Silva Ribeiro Sousa
Liana Vidigal Rocha
2. A Teoria da Ação Comunicativa 291
Geder Parzianello
3. Velhos e novos porteiros – A teoria do Gatekeeping 315
Laura Seligman
4. Desatando nós e construindo laços: dialogicidade, comunicação e educação 328
Luciene de Oliveira Dias
5. Das mediações aos meios: as brechas invertem a lógica de mercado 351
Walter de Sousa Junior
6. Conceitos básicos da Folkcomunicação 366
Maria Cristina Gobbi
7. Mediações (Serrano e Barbero) 389
Verônica Dantas Meneses
8. O “Estar-Junto”: da comunidade ao neotribalismo 418
Edna de Mello Silva
Frederico Palladino
9. Teoria Do Panóptico: Sorria, Você está sendo vigiado 438
Maria de Fátima de Albuquerque Caracristi

10. Entendendo a Semiótica – signos e linguagem	453
<i>Muriel Amaral</i>	
11. Cibercultura em um contexto de convergência tecnológica: ensino e interatividade na velocidade do conhecimento.....	482
<i>Roberto Gondo Macedo</i>	
<i>Alessandra de Castilho</i>	
12. A pedagogia radiofônica de Mario Kaplún: a educação como meta possível e permanente	503
<i>Antonio Francisco Magnoni</i>	
<i>Esmeralda Villegas Uribe</i>	
<i>Juliana Gobbi Betti</i>	
A ONDA: Aplicação das principais teorias de comunicação do período entre guerras.....	532
<i>Marcos Barcelos Correia</i>	

Prefácio

ROSE MARA VIDAL DE SOUZA¹

O leitor tem em mãos um livro diferenciado no campo das Teorias da Comunicação de Massa. Idealizado em 2012 e com a contribuição de vários pesquisadores/professores de vários estados brasileiros. Seu ineditismo se deve a questão de estar figurando no campo da metodologia didático-pedagógica. Dividido em duas partes: teorias fundadoras e teorias inovadoras, cada capítulo se subdivide em três partes: Conceitualização da teoria, metodologia aplicada em sala de aula e experiências de alunos da referida teoria no dia-a-dia.

A linguagem da referida publicação também foi observada para que não só professores, mas alunos e leigos que

1. Doutoranda e Mestre em Comunicação Social pela UMESP, Pesquisadora Assistente da Cátedra da Unesco/UMESP, Diretora de Cultura do Politicom, Membro do RENOI, Docente UVV e UFES. rosevidal@yahoo.com.br

queiram se aventurar pelo mundo das teorias da comunicação, possam ter acesso de uma forma ágil e direta.

Lecionar teorias da comunicação para muitos docentes se torna quase um tabu e para os alunos uma forma inatingível, uma das disciplinas que possuem alto nível de rejeição só pelo nome. A questão da aprendizagem em matérias teóricas é um grande desafio, não só para a comunicação, mas para todas as áreas. Porém, estamos propondo novos olhares e abrindo precedentes para outras experiências. Quem disse que estudar teorias tem que ser maçante? Por exemplo, eu e o professor Gian Danton (UNIFAP) utilizamos confecção de Fanzines para explicar contracultura em Marcuse, a meninada aprende de uma forma divertida, ilustrada e não esquece tão cedo.

Os recursos audiovisuais estão aí para nos auxiliar e a geração “conectada” exige uma dinâmica equiparada com o mundo em que vivem. Um lugar onde a dromocracia impera, o rápido, o veloz tem que caminhar com o conteúdo. Os alunos necessitam serem desafiados. Aquele posicionamento do professor opressor ou mesmo o que fala 50 minutos sem parar não cabe mais e ainda mais em disciplinas teóricas. A proposta deste livro é apresentar essas alternativas por meio de experiências de vários docentes brasileiros, de norte a sul do país, de universidades públicas e privadas.

Pois acreditamos que a oferta de uma outra proposta metodológica será tão benéfica e eficaz para o enriquecimento dos nossos alunos. Debruçar-se sobre os estudos das teorias da comunicação não é algo que se limita aos bancos acadêmicos ou aos teóricos renomados internacionalmente, mas se concretiza por aqueles que envolvem com o cotidiano das pessoas, se relacionam no espaço social e se relacionam entre outras culturas originando e ressignificando códigos morais. Por essa condição que há a necessidade do conteúdo desse livro, uma discussão ampla para trazer ao universo habitual aquilo que marca presença na vida de milhares de pessoas.

Apresentação

JOSÉ MARQUES DE MELO

Configurando uma espécie de “rolé” da teoria da comunicação, este livro simboliza o ingresso de uma geração rebelde na arena cognitiva. Logo que examinei o plano da obra, tive a nítida sensação de vislumbrar uma perspectiva ambiciosa para o estudo das teorias e metodologias que embasam nossa área de conhecimento.

Mais do que isso: percebi que seus autores estavam dispostos a superar o sentimento de apatia que geralmente aflora no seio do alunado. Por isso compreendiam que era inadiável a busca de um suporte renovador do ensino e desafiador da aprendizagem, repercutindo na transformação de atitudes.

Esse grupo de jovens professores decidiu arregaçar as mangas para organizar um livro-texto capaz de fazer a moçada estudar de forma menos traumática. Para tanto, fugiu dos paradigmas minimalistas em vigor, inspirados na trindade Marx-Weber-Durkheim, gerando, *a la gauche*, o

quarteto europeu Adorno-Horkheimer-Althusser-Matte-lart ou a la droite o quinteto americano formado pelos 4 pais fundadores – Lasswell, Lazarsfeld, Hovland, Lewin – e seu padrinho inventor – Schramm.

A organizadora Rose Vidal logrou produzir um manual empaticamente sintonizado com as aspirações dos estudantes que lotam as classes das universidades, sobretudo das periféricas.

Sua estratégia assemelha-se ao procedimento usual no mundo esportivo. Eles convocaram um verdadeiro time de goleadores, cada qual ocupando a posição que lhe compete durante uma partida de futebol, mas agindo de forma sinérgica para encabeçar o placar, vencendo a disputa.

Tal esforço didático-pedagógico resultou na produção de um “livro realmente diferenciado”, mobilizando a nova geração que se prepara para ingressar nas indústrias midiáticas na idade da internet.

Desta maneira, a presente antologia pode funcionar tranquilamente como introdução plural à teoria da comunicação, correspondendo às aspirações da gurizada, petizada, molecada ou meninada que perfila discretamente como pretendente a um lugar ao sol na sociedade de consumo. Eles desejam penetrar na engrenagem das indústrias, serviços e organizações terciárias que informam, educam e divertem. Evidenciando que não pretendem “fazer a cabeça”, mas dar alento e esperança aos produtores de bens simbólicos, os novos teóricos ensinam seus leitores a pensar com autonomia e tirar as próprias conclusões.

Tal qual vem ocorrendo hoje no âmbito dos *shopping centers*, onde os proprietários tomam providências para impedir a entrada dos “rolezinhos” consumistas, não causaria surpresa se os timoneiros da nossa comunidade acadêmica agissem discricionariamente para inibir os “rolezinhos” pedagógicos. Favorecendo a vida, outrora tranquila,

das “patricinhas” e dos “mauricinhos” que fortalecem o “pacto da mediocridade”, estes reforçariam o consumo hegemônico. De forma exclusiva ou alternada, continuariam vigentes as ideias oriundas das escolas de Chicago ou Frankfurt... Ou melhor, triunfaria a lei do menor esforço...

Demonstrando que a realidade contemporânea é bem mais complexa e contraditória, os autores reunidos nesta coletânea prestam relevantes serviços à universidade crítica, sinalizando através de uma dezena ou mais correntes de pensamento.

São Paulo, 25 de janeiro de 2014

PARTE I.

TEORIAS FUNDADORAS

1.

Os processos de massificação: fronteiras entre massa e multidão

REJANE DE MATTOS MOREIRA¹

“As massas avançam!”

Hegel

De fato as massas

Se tomarmos (tomando-se) a palavra gregário no dicionário, veremos (vê-se) as seguintes acepções: “*adj.* diz-se dos animais que vivem em bandos ou em grupos. Que é próprio das multidões: ilusão gregária. Instinto gregário, tendência que leva os homens ou animais a se juntarem, perdendo, momentaneamente, suas características individuais.”² A palavra gregário vem do Latim *gregariu* que

1. UFRRJ

2. Cf. Ferreira, Aurélio Buarque de Holanda. *Mini Aurélio: o dicionário*

significa “rebanho, manada, bando de aves, reunião”.³ Essa palavra pode nos indicar de forma bastante abreviada as questões que envolvem a massificação, que apresentaremos neste capítulo. Um problema inicial nos instiga: o homem é um ser “naturalmente” gregário? Ou seja, temos uma tendência natural de nos reunirmos, de vivermos agrupados em bandos? Sociólogos se inclinaram a pensar essas questões e teceram teorias sobre a possibilidade do homem se constituir como ser social e identificado a grupos.

Tais questões, forçosamente, nos impõem outra mirada, a de que a problemática que envolve a massificação deve ser pensada para além de determinada inclinação que toma como referência a cisão natureza/cultura. Pensar sobre a massificação é entender que esse fenômeno está inserido em contextos históricos demarcados, em epistemes que atribuam suas próprias conjunturas, suas verdades, seus temas e sujeitos. Nesse sentido, pensar a massificação é tomá-la em redes complexas de relações, em que o campo da comunicação pode estar inserida e funciona como vetor explicativo.

A partir de um olhar mais próximo da sociologia das massas, têm-se dois fenômenos constitutivos sociais que devem ser considerados para pensar a massificação: a industrialização e as modificações por ela acarretadas, como o êxodo rural, o trabalho assalariado, informal, infantil ou o desemprego e a urbanização que acarretaram superpopulação e periferização nos centros urbanos. Esses dois fenômenos podem nos ajudar a entender a transição do modelo tradicional das sociedades para o modelo moderno. A sociedade moderna então é marcada pelo surgimento de novos modos de vínculos sociais, bem como

da língua portuguesa, 8 ed. Curitiba, Positivo, 2010, pg.387.

3. *Idem, Op. cit.*

pelo desenvolvimento industrial. Autores como Émile Durkheim, Max Weber, Karl Marx questionaram-se acerca desses processos e constituíram arcabouços teóricos de entendimento do homem em sua totalidade social, tomando como referência também as tensões vivenciadas entre indivíduo e sociedade.

Esses elementos, que estão irremediavelmente conectados ao avanço industrial, podem nos ajudar a perceber como o homem moderno acaba por se repensar. Com os processos que desencadeiam a massificação, vemos surgir certa forma de estar no mundo: o homem-massa; um tipo de subjetividade com características próprias, com crenças e desejos adequados ao seu modo de vida. Mais especificamente esse homem-massa é um epifenômeno de processos maximizados como o pensamento moderno, as democracias liberais do século XIX, o crescimento demográfico e o desenvolvimento das indústrias capitalistas.

A partir dessa miríade iremos discutir, neste capítulo, o processo de massificação à luz de José Ortega y Gasset, um filósofo espanhol que escreve, já na década de 20, nosso livro referência - *A rebelião das massas*. O autor discute com todo fervor o desenvolvimento da massificação como fenômeno complexo da constituição desse novo sujeito insurgente, o homem-massa. Para o autor, o homem-massa “chega e proclama como virtude o fato de não se inteirar de nada que esteja fora de sua estreita paisagem” (pg.144), por isso a importância de percebê-lo como um tipo estranho e geral.

Em contraponto, iremos buscar em Toni Negri e Michael Hardt uma nova forma de pensar a categoria social multidão. Em recente trabalho, de 2004, os autores retomam o tema da massificação, conceituam a multidão e empreendem novas leituras sobre a democracia, a guerra e o capitalismo. Na última parte do capítulo poderemos, então,

discutir as iniciais questões da massificação, com o pensamento de José Ortega y Gasset em confluência com a nova perspectiva alavancada pelos autores Toni Negri e Michael Hardt. Assim, entenderemos de que forma essas questões tocam o universo comunicacional, tangenciando fronteiras com a filosofia, a sociologia e as ciências políticas.

Ortega y Gasset busca mais do que sintetizar as condições que fizeram esse homem-massa aparecer, mas também busca visualizar as relações não tão óbvias entre as crises econômicas e culturais da Espanha do início do século XX, assim como certo “mau uso da razão” na investigação das relações sociais. É com grande deferência ao pensamento racional, ao “racionalismo vital”, que Ortega pretende perceber fissuras entre certa mentalidade fundante do individualismo e a submissão ao coletivo, entre o pensamento político racional e os desusos desse pensamento por parte de sujeitos despreparados. A partir de temas controversos o autor nos propõe pensar sobre tópicos como a guerra, a mulher masculinizada, as aglomerações nas cidades ou a opinião pública.

Para o autor, a má utilização da razão e o afastamento do homem de suas atribuições sociais afundou não só a Espanha em más questões, mas toda a Europa. Num duplo sentido, a Espanha não consegue se sagrar como nação e a Europa não se apresenta como exemplo político-social. Tudo isso se dá por um mau emprego da participação social. Aglomerados, despossuídos de razão, ligados por instintos, os homens da massa só conseguem ser consumidores desejanter e não organizados, deflagrando o caos social.

Se inicialmente o autor percebe que “a vida pública não é apenas política e sim, ao mesmo tempo e até antes, intelectual, moral, econômica, religiosa” (p.42) é porque a análise sobre a massificação pode ser tomada por uma constatação: o mundo está cheio. Teatros

cheios, consultórios cheios, ruas cheias. Essa verificação que, num primeiro momento, parece óbvia, descortina-se num exame surpreendente de que esse fenômeno vem de uma cadência social específica. As aglomerações são, portanto, recentes e acarretam a sensação de instabilidade da ordem política e emocional. Ortega frisa:

O homem é um ser, quer queira ou não, forçado a buscar uma instância superior. Se consegue por si só encontrá-la é um ser excelente, se não, é pois um homem-massa e necessita recebê-la de outrem.⁴

As multidões são expressões quantitativas e visuais. Em contraponto, aqui neste capítulo encontramos a perspectiva de Negri e Hardt, que entendem a multidão como uma “potencialidade criativa” e não apenas desorganizada e violenta. Entenderemos esse aspecto no último item do capítulo.

Para Gasset, a sociedade se dinamiza nas “minorias e nas massas”. O autor complementa: “as minorias são indivíduos ou grupos de indivíduos especialmente qualificados. A massa é o conjunto de pessoas não especialmente qualificadas”⁵. Converter minoria em maioria é perceber que a massa surge de homens que não se diferenciam, homens que aspiram aos mesmos desejos, destituem-se de suas contribuições efetivas e se misturam, extraíndo seus rostos das identidades projetadas socialmente. Ortega acredita que esse fenômeno produziu retrocesso social e escalonamento de desejos embrutecidos.

De fato, as massas se realizam num modelo falido de *socius*. É a partir de uma “hiperdemocracia” que a massa

4. Cf. Ortega y Gasset, J. *A Rebelião das Massas*. Tradução Marylene Pinto Michael. São Paulo, Martins Fontes, 1987, pg. 86.

5. *Idem*, *Op.ct.* pg. 44.

triumfa. Nesse mundo, as massas impõem seus modos de vida, seus gostos e desejos. Tudo isso, sem lei, sem ordem, destituída ainda de senso estético e ético. Por isso Ortega y Gasset nos diz:

Massa é todo aquele que não atribui a si mesmo um valor – bom ou mau – por razões especiais, mas se sente “como todo mundo” e, certamente, não se angustia com isso, sente-se bem por ser idêntico aos demais.⁶

O autor então divide a sociedade em duas classes de gente: as que exigem de si mesmas projetos, deveres, metas e as que nada exigem de si. O cotidiano está, portanto, repleto de gente sem projetos, metas, ordens e senso histórico. O cotidiano mascara as funções de seres ativos, propositivos e estimula “almas vulgares” em lugar de qualidades especiais, laboriosas.

Diante dessas assertivas entendemos o que o autor apreende pelo termo *rebelião das massas*. Nada mais é do que a vitória da medianidade, da autenticidade do vulgar, das construções de gostos desprovidos de exuberância racional. O autor nos indica que a partir da insurgência das massas há, concomitantemente, a decadência do espírito singular.

Bem, essas análises podem parecer, contemporaneamente, equivocadas, elitizadas e sem propósito. Mas façamos um pequeno esforço de pensamento de cunho historiográfico. Ortega é um pensador do seu tempo. Suas questões giram em torno, principalmente, dos problemas que envolvem os governos autoritários do início do século XX. Muitas transformações sociais e culturais que ocorreram nesse período

6. Cf. Ortega y Gasset, J. *A Rebelião das Massas*. Tradução Marylene Pinto Michael. São Paulo, Martins Fontes, 1987, pg. 45.

da modernidade oitocentista, principalmente a queda do ideal aristocrático, contribuíram para a leitura de mundo do autor. A concepção de cunho democratizante, inerente ao projeto moderno, instaurou um ideal de igualdade jamais cumprido. As mudanças na esfera pública e o ideário participativo fizeram não mais do que produzir a massa, um tipo de categoria social passiva, inerte e sem identidade. Ortega discute esse momento de estabelecimento de uma igualdade reducionista, falaciosa e que gerou, em última instância, violência e uma má utilização da razão.

Ao considerar a leitura do autor como componente para pensarmos esse momento histórico, devemos também entender que esse contexto é o de aniquilação de alguns posicionamentos que pressupõem as conquistas democráticas como essencialmente interessantes e solidárias. A contribuição efetiva do autor é por produzir um arsenal teórico que nos faça entender a Europa num contexto histórico novo. A Europa e seus múltiplos caminhos políticos, as democracias e, ao mesmo tempo, seus intensos movimentos autoritários. É um contexto histórico novo para humanidade e para a razão.

A Europa estava mergulhada nessa problemática e não consegue, por isso, restabelecer as bases de governos democráticos de fato. Aliás, os autoritarismos surgem dessa falsa participação popular. Portanto, a temática em questão, à luz das teses centrais de José Ortega y Gasset, deve ser ponderada. No entanto, novas leituras podem ser efetuadas sobre o processo de massificação. Na última parte do capítulo faremos um contraponto às propostas de Ortega y Gasset com Toni Negri e Michael Hardt. Assim poderemos perceber quais as reais fronteiras que compõem o pensamento ortegeano.

As massas avançam, certamente, mas um avanço que representa uma superabundância da vida fácil para o homem-massa ou o induz a se fechar para os projetos históricos e

se submeter aos ditames das opiniões sem sentido, conceder-lhe também autoridade total. As massas não só avançam, como impõem seus modos de ser. A vida ligada aos esportes, ao lazer, à conquista do corpo perfeito, coloca a massa numa instância irrefletida e enquadrada a superficiais ideias de si. Ortega nos faz pensar:

A característica do momento é que a alma vulgar, sabendo que é vulgar, tem a coragem de afirmar o direito da vulgaridade e o impõe a toda parte. Como se diz nos Estados Unidos: ser diferente é indecente.⁷

Essa leitura é marcada por uma espécie de pessimismo contumaz com relação ao desenvolvimento da humanidade, visto que a humanidade está caminhando para essa razão mal utilizada, para uma arrogância travestida de pensamento. Ciência aprisiona ao invés de libertar. Estado condiciona ao invés de organizar. Desse modo, Ortega salienta a importância de entendermos as condições históricas e as consequências éticas do surgimento do homem-massa. Tentando traçar uma linha de fuga, o autor propõe um olhar mais analítico sobre o homem-massa. Esse olhar se configura como mais do que uma proposta teórica, mas também como uma proposta política.

Ao criar o conceito de homem-massa, Ortega y Gasset nos fornece um interessante aparato conceitual, para problematizarmos os processos industrializantes que homogeneizam o mundo moderno. As características principais da indústria são também elencadas na vida cotidiana desse homem-massa, que se vê inserido em modos de vida

7. Cf. Ortega y Gasset, J. *A Rebelião das Massas*. Tradução Marylene Pinto Michael. São Paulo, Martins Fontes, 1987, pg. 48.

serializados e padronizados. Pensar com visão histórica, gerir propostas coletivas, ter ideal e projetos a longo prazo são alguns papéis que o homem-massa não exerce nesse universo massivo.

Desmoralização da humanidade e o advento do homem-massa.

O que seria, então, esse homem-massa? Uma dica fundamental: massa não é a classe operária. A questão para o autor é ultrapassar a dicotomia classe social. Neste sentido é importante destacar que o homem-massa não é definido por parâmetros econômicos apenas. As posses materiais não indicam qualidades inerentes a esse homem, pois a ganância e a prepotência de um homem de posse podem defini-lo como homem-massa. Certamente, a instituição econômica deve ser levada em conta quando se analisa o fenômeno da massificação, mas ela é tomada como elemento conjuntivo e não fundante. O homem-massa se conforma a partir de um complexo relacional que inclui a cultura, a vida social, as crenças.

Por isso, a temática massificação nos incita a questionar não só os processos que levam o homem a se vincular, como também a natureza dessas conexões. Em tom de denúncia, o autor busca pensar acerca de novas e transformadoras categorias sociais que balizam esse homem. O homem-massa é necessariamente não especializado, age em conformidade a instintos pueris, não atribui valor ao mundo e a si próprio e alude uma vida fácil e abundante. A massa faz sucumbir tudo que não é individual, produzindo exatamente indivíduos isolados, normalizados e que se submetem a sistemas hierárquicos de poder. Nesse sentido, o nascimento propriamente dos processos de massificação, a partir da leitura de Ortega y Gasset,

torna-se possível com o desenvolvimento das democracias liberais, das tecnologias industriais, do crescimento demográfico urbano e das experiências científicas. Esses eixos norteadores permitem uma submissão visível e explícita do homem-massa, mesmo porque é a partir deles que as organizações sociais, que os poderes institucionais e que o Estado começam a surgir. Sem aspirações, o homem-massa se vê condenado a não ser ele mesmo, ao passo que se contenta em viver de forma fácil e superficial. O homem-massa, portanto, deve ser examinado, pesquisado, observado, já que dele se constrói novos exemplos de ordenações sociais, menos reflexivas, menos participativas e consistentes. Em escala global, o homem-massa se apresenta como modelo a ser seguido. Segundo o autor isso caracterizaria a chegada das massas ao poder.

A chegada das massas ao poder ou a *rebelião das massas* é o fenômeno mais interessante e mais caótico dos últimos tempos. Se ele abre uma possibilidade para pensarmos ações novas de relacionamentos, ao mesmo tempo, ele impede o pensamento, induz a más questões, destrói conquistas sociais como valores morais e éticos. O homem-massa se põe à frente do seu tempo, o que a princípio não seria nocivo, mas isso só lhe traz arrogância e pensamentos fragmentados. Ortega completa:

Jamais em toda a história o homem tinha sido colocado numa circunstância ou contorno vital que se parecesse, ainda que de longe, com o determinado por essas condições. Trata-se, de fato, de uma inovação radical no destino humano, que é implantada pelo século XIX. Cria-se um novo cenário para a existência do homem, novo no físico e no social.⁸

8. Cf. Ortega y Gasset, J. *A Rebelião das Massas*. Tradução Marylene

O mundo cresceu e com ele novos caminhos foram trilhados. Do local, hoje temos uma dimensão global. O homem-massa é o homem da globalidade, do planetário. Isso o fez prestar atenção no universo, no entanto, essa vontade de incluir “mais coisas em sua vida” o fez perder referências, o fez desejar, repelir, gozar, desfrutar crenças ilimitadas. O homem-massa desmoraliza a humanidade, acresce à sua vida novos estilos, novas maneiras de se relacionar, mas sem a densidade moral necessária a grandes feitos. Perdemos a capacidade de nos relacionar, pois estamos condenados a desejar sempre.

Num contundente temerário capítulo sob o título “Vida nobre e vida vulgar, ou o esforço e inércia”, Ortega y Gasset apresenta os princípios formadores do espírito nobre. Essa leitura que procura produzir dicotomia entre e massa e nobreza permanece como protagonista em todo o trabalho teórico do autor. Ortega sente que é preciso apreender quais são as bases do homem-massa, o quão necessariamente vulgar ele se torna. Essa discussão começa com uma certeza: “viver é mais do que lidar com o mundo” (p.88). O que a vida moderna nos ensina com relação ao viver? É, necessariamente usufruir, contentar-se com situações primárias de segurança. O homem primitivo se distinguia por sua justa percepção de limitação, já o moderno se adequou ao ilimitado e às possibilidades pueris de encontros fortuitos e perenes. Por isso Ortega salienta:

E, se a impressão tradicional dizia: “Viver é sentir-se limitado, por isso mesmo, ter que considerar o que nos limita”, a voz novíssima grita: “Viver é não ter limite algum: portanto é abandonar-se tranquilamente a si mesmo. Praticamente nada

Pinto Michael. São Paulo, Martins Fontes, 1987, pg. 87.

impossível, nada é perigoso, em princípio, ninguém é superior a ninguém”.⁹

Esse aspecto fundante marca a experiência básica do homem-massa. Ele acredita que todos os seus esforços são casuais e, se acaso lhe for concedido qualquer tipo de elevação material, ele atribuirá isso à sorte, ao destino por ele mesmo. Contrariamente, o espírito nobre, segundo o autor, compreende que viver é ter limitações, é buscar uma superação e a uma espécie de suprema determinação. Buscar a superação é entender que existem coisas para além das vontades pessoais, que projetos se tencionam para fora de indivíduos voluntariosos. Ortega complementa:

Ao contrário do que se costuma pensar, é a criatura de seleção, e não a massa, que vive em servidão essencial. Sua vida não tem sabor se não está à serviço de algo transcendente. Por isso não vê necessidade de servir como opressão. Quando esta, por acaso, lhe falta, sente-se inquieto e inventa novas normas, mais difíceis, mais exigentes, que oprimam.¹⁰

Com essa proposta Ortega avança na discussão sobre o homem-massa. Um tipo de subjetividade social amorfa, acéfala, destinada a não conjecturar. A nobreza, por entender que precisa superar-se, avança projetos e produz certo bastião reflexivo em torno de si. Já o homem-massa é vulgar, pueril e tosco.

O projeto de pensamento de Ortega está, como dissemos acima, relacionado ao modo de pensar as consequências da

9. Cf. Ortega y Gasset, J. *A Rebelião das Massas*. Tradução Marylene Pinto Michael. São Paulo, Martins Fontes, 1987, pg. 93 e 94.

10. *Idem*, *Op. cit.* pg. 95.

modernidade na organização efetiva das políticas governamentais do início do século. Ortega se enquadra, portanto, a toda uma corrente de pensamento que desemboca na Escola de Frankfurt. O projeto inerente a esse tipo de pensamento crê na eminente decadência da modernidade quando esta abandona a razão em prol de propostas falaciosas de igualdade. No rol de pesquisadores sobre o fenômeno de massificação, Adorno e Horkheimer se destacam como críticos do modelo industrial de pensar, não só a economia, mas também a vida dos sujeitos imersos nos simbolismos alienantes do sistema. Ortega também discute o fenômeno de massificação a partir dessa proposição.

Um aspecto relevante da empreitada teórica de José Ortega y Gasset é com relação ao que se denomina “hiperdemocracia das massas”. Essa problemática traduz as questões alavancadas pelo autor e busca entender os enigmas do homem do século XX. Ortega entende que as massas atuam sem leis, impondo gostos e atitudes desprovidas de senso crítico. As massas agem por fundamentos não reflexivos e por isso não conseguem criar meios superiores de representação. Desse modo, o homem-massa se distancia dos assuntos políticos, não discute sua participação nos assuntos governamentais, ao cabo que a vulgaridade se projeta como elemento do homem-massa, a nobreza se produz com valores altivos.

Gerido pela ignorância, o homem-massa é administrado por sistemas demagógicos. Tanto as democracias quanto autoritarismos guiam as massas, inebriam sua percepção e enaltecem idolatrias despropositadas. A liberdade à comunicação das democracias, assim como o princípio de igualdade e os cerceamentos autoritários por outro lado, conduzem as massas. Entretanto, há que se considerar o grande feito da modernidade, suas novas formas de vinculações. As vinculações continuam vulneráveis, necessitam ser pensadas para além das uniformizações. Também as potencialidades

individuais devem ser recoladas na arena social, mas essas perspectivas podem se apresentar como instigantes desafios políticos para a modernidade inacabada.

Além da massa e em busca da multidão.

Em princípio, gostaríamos de salientar que a proposta de todo o capítulo é discutir as condições de possibilidades da emergência da massificação e suas consequências políticas, éticas e estéticas, no início do século XX. Também propomos uma revisão da temática a partir das hipóteses de Toni Negri e Michael Hardt, utilizando como mote a discussão da retomada das multidões como instrumento político contemporâneo. Se Ortega y Gasset inviabilizou a ação do homem-massa como sujeito capaz de perceber as amarras sociais, Negri e Hardt pretendem repensar essa questão à luz de um olhar ativo desse sujeito.

Na perspectiva de Ortega y Gasset a modernidade se produziu como projeto inacabado. As tentativas de edificação do modelo de modernidade apenas determinaram violência, retrocessos nos sistemas políticos e suspensão subjetiva. Todavia podemos acompanhar essa problemática da massificação tomando como referência outros modelos de pensamento. Em recente livro, de 2004, sob o título “*Multidão: guerra e democracia na era do império*”, os pensadores Toni Negri e Michael Hardt produziram farto material de análise dos processos contemporâneos de condução política, tendo como eixo central a discussão do papel das multidões no cenário global. Aqui cabe uma ressalva; Gasset está mencionando a emergência das massas no cenário político do início do século XX, construindo inclusive a tese de que o modelo de massificação em curso gera apenas embrutecimento das perspectivas políticas do

homem comum. Já Negri e Hardt retomam o conceito de multidão (tema da sociologia das massas) para entender novas formas de construções coletivas de combate às opressões e desigualdades no século XXI. Temos, portanto, dois modelos de entendimento das construções coletivas: por um lado, o esfacelamento dos laços comuns em prol de modelos padronizados de comportamentos políticos facilmente manipuláveis e, por outro lado, a aposta em novos arranjos políticos a partir da crença de que a multidão é ativa e propositiva.

Com uma sofisticada análise dos processos globais econômicos, políticos, sociais e desejantes, em anterior livro denominado *Império*, Hardt e Negri discutem a nova ordem global, os conflitos armados, os movimentos políticos de insurgência a partir de um olhar menos elitizado das aglomerações. Se o *Império* marca uma nova era de modelo global descentralizador e desigual para as populações mundiais, a multidão deverá se insurgir contra ele. Em última instância, *Império* discute como as forças opressivas se constituem na “produção dos afetos”, ou seja, no modelo de globalização das grandes corporações e as novas regras de produção de serviços. Essa construção desterritorializante intensifica e potencializa as desigualdades, produzindo, num só golpe, diferenças que rapidamente se tornam igualdades. No universo fluido e movediço da globalização, o que se institui são generalizações, totalizações travestidas de multiplicidades e diferenças. É possível se insurgir contra o Império? É possível alcançar uma democracia global, capaz de manter viva a multiplicidade? Os autores recorrerão a novas formas de conceituar e pensar a multidão, principalmente como figura de resistência a esse estado de coisas.

Para Ortega y Gasset as aglomerações são novos modelos que despolitizam os indivíduos e promovem zonas de uniformização controláveis e passivas, contrariamente, Negri

e Hardt veem nas multidões potencialidades reflexivas e de rupturas dos movimentos opressores em curso. De fato, em toda análise há uma perseverança em perceber a multidão como elemento político novo, destacando seu vigor atrativo, sua energia desterritorializante. Hardt e Negri buscam pensar sobre os aspectos contemporâneos das multidões, que conseguem se unificar, sem contudo perder suas multiplicidades. Ou seja, como pensar um processo vivo político das constituições das multidões, sem que elas percam sua dimensão criativa, múltipla? Na multiplicidade é possível constituir projetos? Como pensar a força ativa e atrativa das aglomerações sem que estas caiam nas zonas de indeterminação da massificação? Essas questões mudam de espectro as análises sobre os processos de massificação e recolocam, ao mesmo tempo, a altivez e o protagonismo das massas na condução dos projetos políticos e sociais.

De fato, essa proposta é contrariamente recusada pelo arcabouço teórico de Ortega y Gasset. O pensador apresenta em seu livro *A Rebelião das Massas* a inabilidade política e representativa das massas. As massas não conseguem formar unidade política, exatamente por serem grupamentos amorfos, seriais e governáveis. O homem-massa, nesse sentido, é um efeito desse processo constante de massificação. Ele é adormecido pela falta de reflexão, é caracterizado a partir da apatia política e social, ao mesmo tempo em que se impõe como ser arrogante e isolado. Gasset visualiza, portanto, a inabilidade estética e ética desse sujeito diante dos desafios de se construir a modernidade. O homem-massa é uma audiência passiva incapaz de perceber suas vontades, suas funções e seus projetos. O processo de massificação atrofia as possibilidades de construção das democracias representativas. Assim, as hiperdemocracias instauradas pelo modelo massificador despersonalizam os indivíduos

os e o descaracterizam frente ao coletivo. Gasset entende, então, a massa como um tipo de agrupamento social ao mesmo tempo inerte, informe e opressivo.

Nas incursões de Hardt e Negri percebemos que há uma aposta de re colocação da problemática da massificação. A terminologia massa é ativamente trocada pela multidão e Negri explica:

A multidão é uma imanência, a multidão é conceito de classe, a multidão é conceito de potência... Em um sentido mais geral, a multidão desafia qualquer representação por se tratar de uma multiplicidade incomensurável.¹¹

Ao explicar o conceito orgânico de multidão é necessário também entender que há uma diferença entre povo, massa e multidão. O povo, segundo os autores, pressupõe certa unidade, a massa, certa indiferença (homogeneidade), já a multidão trabalha com os aspectos diferenciais e múltiplos. Podemos, portanto, perceber que o arcabouço teórico de Ortega e Negri e Hardt tornam-se fundamentalmente desiguais.

Enquanto Gasset aposta na tríade Hobbes, Kant e Hegel para explicar o processo representativo da má utilização da razão em prol de violências travestidas de democracia, Negri e Hardt apostam na tríade Maquiavel, Spinoza e Marx para descortinar os processos moventes e ocultos das constituições sociais. A tradição Hobbes, Kant e Hegel produz um conceito de povo, cada um a sua maneira, assentado na transcendência do soberano. Essa perspectiva funda uma teoria moderna do Estado, das relações sociais e dos princípios governamentais, que tenta abstrair

11. Cf. Negri, T. *Por uma definição ontológica de multidão*. Lugar Comum, número 19-20, Rio de Janeiro, pg 17.

as multiplicidades e as forças não representativas. O princípio gerador da teoria moderna é a ordem, travestida de estabilidade e constância. Nesse sentido, tudo que escapa ao princípio fundante torna-se necessariamente violento e não produtor.

Ao apostarem na tríade Maquiavel, Spinoza e Marx, Negri e Hardt conduzem a uma nova teoria das ações, indicando o quão movediço, instável e provisório são os parâmetros modernos. As articulações trabalho, história, política, arte, capital estão contemporaneamente sendo conceituadas a partir de novas formas de conexão. Se o projeto moderno indicava para uma explicitação dos poderes da consciência, da razão e da regra, o modo contemporâneo de pensamento aponta para os fluxos, as diacronias e singularidades. O conceito de massa consegue assim perceber as adversidades dos indivíduos em curso? Negri e Hardt creem que não, pois essa categoria econômica, política e estética fundamenta-se na impotência e na passividade dos modos de representação.

A multidão, de outro modo, é viva, é carne, é potência. O princípio ativo está e opera com ela. Mas a multidão também é uma prática coletiva. Negri aponta: “O nome multidão é, a um só tempo sujeito e produto da prática coletiva” (p.20). A resposta mais clara, dada pelos autores, ...em *Império* diz respeito à tentativa de entender que a multidão é uma alternativa de resistência, por isso é um conceito aberto e expansivo, acionando análises sobre o trabalho, as formas econômicas mais perversas e as novas formas de conexão entre os indivíduos.

Toni Negri e Michael Hardt se filiam a pensadores que buscam entender o campo social em sua forma movente e instável. As relações opressivas são consideradas partes integrantes desse processo de construção social. Uma vez que se percebe a ambivalência que estrutura o modo de acumulação

do capital, as opressões são visivelmente percebidas e pode-se, assim, resistir, reconectar e buscar outras formas de liberdade. A multidão mais do que um aglomerado de gente é também uma expressão de conjunto, uma resposta viável ao controle e ela opera nos interstícios dos complexos movimentos sociais.

Ortega y Gasset, Negri e Hardt são filiados a teorias díspares. Enquanto Ortega crê na inviabilidade do projeto moderno, visto que as massas avançam, Negri e Hardt apostam na concepção de multidão como elemento de insurgência às forças opressivas. Essas filiações conceituais demarcam duplamente a escolha em entender os movimentos de aglomerações ou como passividade ou ação. Salienciamos, ao final, porém, que essas fronteiras contextuais e situacionais, marcadamente cogitadas no pensamento dos autores, são importantes elementos de compreensão de suas respectivas teorias. Ortega diagnostica um movimento de embrutecimento das relações sociais, vivenciado pela ampliação dos grandes centros; Negri e Hardt entendem as rupturas visíveis do projeto moderno e apontam para resistências possíveis às opressões do capital.

Referências

Ortega y Gasset, J. *A Rebelião das Massas*. Tradução Marylene Pinto Michael. São Paulo, Martins Fontes, 1987.

Negri, A.; Hardt, M. *Multidão- Guerra e Democracia na era do Império*, Rio de Janeiro, Editora Record, 2004.

Negri, A.; Hardt, M. *Império*, Rio de Janeiro, Editora Record, 2001.

Negri, A. *Por uma definição Ontológica da Multidão*. Lugar Comum, número 19 e 20, Rio de Janeiro.

2. A Teoria Hipodérmica

IVAN CARLO ANDRADE DE OLIVEIRA ¹

Introdução

A teoria hipodérmica surgiu no início do século XX, com forte influência da psicologia comportamental. Foi a primeira tentativa de explicar os efeitos dos Meios de Comunicação de Massa sobre a sociedade.

Amparada nos exemplos do uso da propaganda por regimes totalitários e pelo pânico provocado pela transmissão radiofônica do romance *A Guerra dos Mundos*, de H.G.Wells, dirigida por Orson Welles, esse modelo comunicacional via a mídia como uma agulha que injetava seus conteúdos no receptor sem qualquer tipo de barreira, criando um estímulo que provocava uma resposta imediata e positiva por parte dos receptores, vistos como atomizados e idiotizados.

1. Mestre em comunicação. Professor da Universidade Federal do Amapá.

Sua influência sobre os estudos a respeito da comunicação massiva foi enorme, o que alimentou a imaginação popular com a ideia de que a mídia tem um poder absoluto sobre sua audiência.

A teoria hipodérmica (ou da bala mágica, como também é conhecida) influenciou até mesmo um subgênero da ficção-científica, as distopias. Em obras como *1984*, de George Orwell, *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury, e *Admirável mundo novo*, de Aldous Huxley, a televisão, o cinema e outras mídias são usados para massificar e idiotizar os indivíduos, tirando-lhes a capacidade crítica.

A Teoria Hipodérmica

Entre as várias teorias que tentaram explicar a influência da mídia sobre a sociedade, uma das mais conhecidas é a teoria hipodérmica, segundo a qual os meios de comunicação seriam como uma agulha, injetando seus conteúdos em uma massa amorfa e atomizada.

Historicamente, a teoria hipodérmica coincide com o período das duas guerras mundiais e com difusão em larga das comunicações de massa e representou a primeira reação que este último fenômeno provocou entre estudiosos de proveniência diversa.

Os principais elementos que caracterizam o contexto da teoria hipodérmica são, por um lado, a novidade do próprio fenômeno das comunicações de massa e, por outro, a ligação desse fenômeno às trágicas experiências totalitárias daquele período histórico. Encerrada entre estes dois elementos, a teoria hipodérmica é uma abordagem global aos, mas media, indiferente à diversidade existente entre os vários meios e que responde sobretudo à

interrogação: que efeito têm os mas media numa sociedade de massa? (WOLF, 2001, p. 22-23)

A teoria utilizava o esquema estímulo – resposta da psicologia behaviorista. A experiência de Pavlov com um cachorro seria a base da análise dos fenômenos midiáticos.

Pavlov observou que o animal salivava toda vez que lhe era apresentada a comida, um ato instintivo do organismo, preparatório para a digestão. Assim, toda vez que ia alimentar o animal, o cientista tocava uma sineta. “Por fim, tocava apenas a sineta. Mesmo não havendo comida, o cão respondia ao estímulo (som da sineta) com uma resposta (salivando)” (OLIVEIRA, 2002, p. 8).

Por analogia, esse esquema foi utilizado no campo da comunicação de modo que as mensagens enviadas pela mídia seriam o estímulo que levaria uma resposta certa e imediata por parte dos receptores, vistos como atomizados, acrílicos e condicionados.

Como lembra Lund (apud WOLF, 2001), estímulos que não produzem respostas não são estímulos. E uma resposta tem necessidade de ser estimulada. Uma resposta não estimulada é como um efeito sem causa.

Na perspectiva hipodérmica os efeitos são dados como certos, inevitáveis e instantâneos: “Se uma pessoa é <apanhada> pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, levada a agir” (WOLF, 2001, p. 28).

Os estudiosos viam os indivíduos como átomos isolados, com pouca influência dos grupos sociais e altamente manipulados pela mídia. Nessa perspectiva, seriam impensáveis respostas individuais ou que discordassem do estímulo midiático.

O nome, inclusive, refere-se à agulha usada para injetar medicamentos abaixo da pele do paciente, assegurando assim um resultado imediato. De fato, a agulha hipodérmica, é a usada por médicos em hospitais para injetarem medicamentos nos

pacientes (*hipo* é abaixo e *derme* é pele), assegurando uma resposta mais rápida do paciente à medicação. Assim, “a mídia é vista como uma agulha, que injeta seus conteúdos diretamente no cérebro dos receptores, sem nenhum tipo de barreira ou obstáculo”. (OLIVEIRA, 2002, p. 9)

Laswell, o criador da hipótese hipodérmica, foi um dos pais da análise de conteúdo, que consistia em estudar o conteúdo da mídia sob a ótica de sua eficácia ao provocar respostas nos receptores (WOLF, 2001).

Nessa percepção, o processo de comunicação é totalmente assimétrico, com um emissor ativo, que produz o estímulo e os destinatários são vistos como uma massa passiva à qual só resta obedecer ao estímulo. Os papéis emissor – receptor surgem isolados de qualquer contexto social ou cultural.

Segundo Wolf (2001, p. 30):

a comunicação é intencional e tem por objectivo obter um determinado efeito, observável, susceptível de ser avaliado na medida em que gera um comportamento que se pode de certa forma associar a esse objectivo. Este está sistematicamente relacionado com o conteúdo da mensagem. Consequentemente, a análise do conteúdo apresenta-se como o instrumento para inferir os objectivos de manipulação dos emissores e os únicos efeitos que tal modelo torna pertinentes são os que podem ser observados, isto é, os que podem ser associados a uma modificação, a uma mudança de comportamentos, atitudes, opiniões, etc.

Pelo menos dois fatos contribuíram para a popularidade dessa teoria entre os intelectuais da primeira metade do século XX: o uso da propaganda por regimes totalitários e o pânico Guerra dos Mundos.

Na noite do dia 30 de outubro de 1938, rádio CBS (Columbia Broadcasting System) interrompeu sua programação musical para noticiar uma invasão extraterrestre iniciada na cidade de Grover's Mill, no estado de New Jersey.

O programa era, na verdade, uma adaptação do livro *A guerra dos mundos*, de H. G. Wells. O diretor, Orson Welles, organizou a adaptação como uma grande cobertura jornalística com reportagens externas, entrevistas com testemunhas, opiniões de peritos e autoridades, efeitos sonoros, sons ambientes, gritos e repórteres emocionados.

A CBS calculou, na época, que o programa foi ouvido por cerca de seis milhões de pessoas, das quais metade o sintonizou quando já havia começado, perdendo a introdução que informava tratar-se do radioteatro semanal. Pelo menos 1,2 milhão de pessoas acreditou ser um fato real. Dessas, meio milhão teve certeza de que o perigo era iminente, entrando em pânico, sobrecarregando linhas telefônicas, com aglomerações nas ruas e congestionamentos causados por ouvintes apavorados tentando fugir do perigo. (1938: PÂNICO..., 2012)

O medo paralisou três cidades. Houve pânico principalmente em localidades próximas a Nova Jersey. Além disso, houve fuga em massa e desespero em cidades como Nova York.

Na cidade mais próxima ao local da batalha, Newmark, 50 mil pessoas fugiram de suas casas em busca de abrigos naturais. Em várias outras cidades, pessoas se jogaram de janelas, se suicidaram, saíram histéricas nas ruas. A população estava verdadeiramente apavorada com os visitantes hostis. (A GUERRA DOS MUNDOS, 2011)

O pânico total, provocado por um fato criado pela mídia convenceu pesquisadores de que esta tinha um poder absoluto sobre sua audiência. A audiência passou a ser vista como uma massa amorfa, que apenas respondia, passivamente, aos estímulos dos meios de comunicação.

Massa

O conceito de massa, intimamente ligado à hipótese hipodérmica, representa um comportamento coletivo semelhante ao da multidão. Mas, ao contrário da multidão, a massa não necessita da proximidade física:

A massa age como multidão, de maneira irracional e manipulável. [...] Nos grandes centros, as pessoas estão isoladas, atomizadas, e a principal influência acaba sendo os meios de comunicação de massa. É a multidão solitária. (DANTON, 2013)

McQuail (apud ACSELRAD; MOTA, 2011, p. 3) descreve a massa como um

amorfo conjunto de indivíduos com comportamentos semelhantes, sob influência externa, e que são vistos pelos seus possíveis manipuladores como desprovidos de identidade própria, formas de organização ou de poder, autonomia, integridade ou determinação pessoal.

Segundo Luiz Beltrão (1972, p. 9), a sociedade de massa surge com a industrialização: “a revolução industrial concentrou enormes quantidades de pessoas em cidades ou regiões que lhe eram estranhas, forçando-as a abandonar os seus hábitos tradicionais e reduzindo-as a condições de vida uniformizada, em um nível cultural medíocre”.

Ao migrar para a cidade, a população perdeu os contatos

personais do passado. Eles não conheciam a pessoa que lhes vendia alimentos e a moça que registrava sua correspondência era apenas uma funcionária postal.

Assim, o homem moderno está rodeado de gente, mas é solitário. Ele é como um átomo isolado, que apenas reage aos estímulos dos meios de comunicação. Apesar de seu estado de submissão, o indivíduo tem medo de sair da massa, ser diferente dos outros, ser rejeitado. Ele evita a todo custo ter opiniões ou comportamentos que o distanciem da maioria.

Segundo Mauro Wolf (2001, p. 25):

O isolamento do indivíduo na massa anômica é, pois, o pré-requisito da primeira teoria sobre os mass media. Esse isolamento não é apenas físico e espacial. [...] Portanto, o isolamento físico e «normativo» do indivíduo na massa é o factor que explica em grande parte o realce que a teoria hipodérmica atribui às capacidades manipuladoras dos primeiros meios de comunicação.

Segundo Ortega y Gasset (apud WOLF, 2001, p. 24), “a massa é tudo que não avalia a si próprio – nem no bem nem no mal – mediante razões especiais, mas se sente “como toda a gente” e, todavia, não se aflige por isso, antes se sente à vontade ao reconhecer-se idêntico aos outros”.

A massa é composta de um conjunto homogêneo de indivíduos, mesmo estando em locais diferentes. São, essencialmente, iguais em pensamento. Da mesma forma, estão isolados, atomizados, separados geograficamente. Nas grandes cidades, a televisão, o cinema, o rádio e o jornal substituem a interação real com pessoas, que acontecia antes nas pequenas vilas.

Para Danton (2013), “A principal característica da massa é o pseudopensamento. A massa acredita que pensa, mas só repete o que houve nos meios de comunicação de massa”. Como o gado que é tangido pelo peão, a massa é indefesa

e passiva diante dos estímulos dos meios de comunicação. A propaganda é facilmente inoculada, idiotizando os indivíduos que se transformam em zumbis, governados pelos M.C.M. ou por quem os controla.

O uso da mídia por regimes totalitários

A maneira como os regimes totalitários utilizaram os meios de comunicação reforçou, na primeira metade do século XX a ideia de que estes meios tinham poder absoluto sobre as pessoas.

O nazismo, por exemplo, usou amplamente o cinema, o rádio e os jornais como veículos de doutrinação. Até mesmo os encontros do partido eram organizados no sentido de intensificar o sentimento de massa.

Segundo Alcir Lenharo (1990, p. 39):

A chave da organização dos grandes espetáculos era converter a própria multidão em peça essencial dessa mesma organização. Nas paradas e desfiles pelas ruas ou manifestações de massa, estáticas, em praças públicas, a multidão se emocionava de maneira contagiante, participando ativamente da produção de uma energia que carregava consigo após os espetáculos, redistribuindo-a no dia-a-dia, para escapar da monotonia de sua existência e prolongar a dramatização da vida cotidiana.

Goebbels, ministro da propaganda de Hitler, afirmava que o cinema era um dos meios mais modernos e científicos de influenciar as massas. Dava tal importância ao mesmo que as filmagens continuaram até quando os russos já estavam às portas de Berlim, pois acreditava-se que a única forma de reverter a derrota era através da propaganda.

O princípio básico de Goebbels era unir propaganda e diversão de modo que o receptor não conseguisse diferenciar um do outro. O filme *Os Rothschild* (dirigido por Erich Waschmeck, 1940), por exemplo, conta como uma família de judeus ingleses enriquece graças às guerras napoleônicas. *O judeu Suss* (1940) mostrava um ministro das finanças ambicioso e libidinoso que se apaixona por uma moça ariana e faz de tudo para separá-la de seu amado, igualmente ariano. O filme, um enorme sucesso na época, era exibido no leste europeu, para soldados responsáveis pelo fuzilamento de judeus e para guardas de campos de concentração. O diretor, Veit Harlan, chegou a ser processado pelo Tribunal Estadual de Hamburgo por crime contra a humanidade.

Um dos clássicos da propaganda nazista é *O triunfo da vontade*, filme de Leni Riefenstahl sobre o congresso nazista de 1936. Em uma das cenas mais emblemáticas, o avião que traz Hitler plana sobre as nuvens, que se abrem enquanto ele desce sobre a cidade, como se o líder estivesse trazendo o sol para a Alemanha.

De acordo com Nazário (apud Lenharo, 1990, p. 60):

A câmera apanha, em angulações estáticas e simétricas, as insígnias das tropas formadas em gigantescos blocos [...] em tomadas de baixo, ascendendo pelos mastros das bandeiras, sublinha as dimensões colossais do congresso. Travellings ao longo das formações militares acentuam a rigorosa ordem. Só Hitler percorre o longo espaço vazio entre as formações do exército.

Filmes como esse tiveram importância fundamental na sustentação do regime nazista alemão.

Distopias hipodérmicas

Pelo menos três obras são fundamentais para entender como a teoria hipodérmica povoou o imaginário popular durante a primeira metade do século XX: *1984*, de George Orwell, *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury e *Admirável mundo novo*, de Aldous Huxley.

O livro *Admirável mundo novo* mostra um mundo perfeitamente ordenado em que as pessoas são organizadas por castas e vivem felizes e massificadas, exercendo funções definidas e jamais se rebelando graças a um processo de condicionamento que usa, entre outros elementos, a mídia.

Na história, bebês dormem ouvindo um sistema de som que repete continuamente o “Curso elementar de consciência de classe”:

As crianças Alfa vestem roupas cinzentas. Elas trabalham mais do que nós porque são formidavelmente inteligentes. Francamente, estou contentíssimo de ser um Beta, porque não trabalho tanto. E, além disso, somos muito superiores aos Gama e Delta. Os Gama são brancos. Eles se vestem de verde e as crianças Delta de cáqui. Oh, não, não quero brincar com as crianças Deltas. E os Ípсилons são ainda piores. São demasiado brancos para saberem ler e escrever. Como sou feliz por ser um Beta. (HUXLEY, 2009, p. 39)

As crianças ouviam isso dezenas de vezes enquanto dormiam. O objetivo era moldar a personalidade das mesmas.

Na distopia imaginada por Huxley as pessoas não têm pensamentos verdadeiros. Elas se sentem felizes por que foram condicionadas pelos meios de comunicação a se sentirem felizes.

A influência da hipótese hipodérmica fica ainda mais clara em *1984*, de George Orwell. No livro, escrito em 1948 (o título é apenas uma inversão da data), as pessoas são vigiadas 24 horas por dia através de teletelas, aparelhos capazes de enviar e receber imagens. Cartazes enormes, com a foto do Big Brother e os dizeres: “O grande irmão zela por ti”, são espalhados por todos os cantos e os olhos do ditador, enormes, parecem vigiar a todos.

Não é nem mesmo necessário cometer qualquer crime contra o regime para ser preso e torturado. O simples pensamento incorreto já é uma transgressão. Para evitar que se tenha pensamentos errados, até a linguagem é manipulada.

Nos dizeres de um dos personagens:

A revolução se completará quando a língua for perfeita. Novilíngua é Ingsoc, e Ingsoc é Novilíngua [...] como será possível dizer “liberdade é escravidão, se for abolido o conceito de liberdade? Todo mecanismo de pensamento será diferente. Com efeito, não haverá pensamento, como hoje o entendemos. Ortodoxia quer dizer não pensar... não precisar pensar. Ortodoxia é inconsciência. (ORWELL, 1979, p. 53)

O livro explica a importância dos meios de comunicação no processo de massificação da população:

A invenção da imprensa, contudo, tornou mais fácil manipular a opinião pública, processo que o filme e o rádio levaram além. Com o desenvolvimento da televisão e o progresso técnico que tornou possível receber e transmitir simultaneamente pelo mesmo instrumento, a vida particular acabou. Cada cidadão, ou pelo menos cada cidadão suficientemente importante para merecer espionagem, passou a poder ser mantido vinte e quatro horas por dia sob os

olhos da polícia e ao alcance da propaganda oficial, fechados os outros canais de comunicação. Existia, pela primeira vez, a possibilidade de impor não apenas a completa obediência à vontade do Estado, mas também completa uniformidade de opinião em todos os súditos. (ORWELL, 1979, p. 193)

O partido, através da mídia controla não só o presente, mas também o passado, continuamente reescrito para se adequar às diretrizes do partido.

Exemplo disso é a questão do chocolate. No início do livro, um pronunciamento do Ministro da Fartura diz que a ração de chocolate será reduzida de 30 para 20 gramas. No final do livro, a mídia diz que a ração está sendo aumentada para 20 gramas e, numa perfeita demonstração dos princípios da teoria hipodérmica, a população vai às ruas comemorar o suposto aumento.

O episódio mostra um poder absoluto da mídia sobre o pensamento dos indivíduos, vistos como atomizados e submissos. A massa acredita em qualquer coisa que a teletela informa, por mais absurda ou paradoxal que seja.

O Partido não só cria e manipula a massa, como ainda controla, através dos meios de comunicação, um outro tipo de comportamento coletivo: a multidão. Controlados inclusive sexualmente, os cidadãos da Oceania descarregam sua revolta nos “Dois minutos de ódio”, em que o alvo é sempre o inimigo do estado, Goldstein, cuja imagem é exposta em uma teletela. Associado ao inimigo contra o qual a Oceania está em guerra, Goldstein torna-se vítima de todas as frustrações dos indivíduos.

Segundo Oliveira (2012, p. 128):

Numa verdadeira demonstração prática do princípio da teoria hipodérmica, segundo o qual a reação aos meios é imediata e certa, nem mesmo Winston,

o personagem que, no romance, representa o pensamento crítico, não consegue resistir e logo está, assim como os outros, envolto num frenesi de ódio contra o inimigo do regime.

Os dois minutos de ódio ecoam as demonstrações de apoio popular dos regimes totalitários, como os do nazismo.

Outro livro fundamental é *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury. Nele, são as próprias pessoas que se tornam massa espontaneamente ao fugirem de qualquer coisa que possa incomodá-los. Daí a proibição de livros, que podem interferir na felicidade da massa:

Existe mais de uma maneira de queimar um livro. E o mundo está cheio de pessoas carregando fósforos acesos. Cada minoria, seja ela batista, unitarista, irlandesa, italiana, octogenária, zen-budista, sionista, adventista-do-sétimo-dia, feminista, republicana, homossexual, do evangelho-quadrangular, acha que tem a vontade, o direito e o dever de esparramar o querosene e acender. (BRADBURY, 2008, p. 213)

Em *Fahrenheit 451*, as pessoas evitam a todo custo qualquer atividade isolada ou reflexiva. Gastam todo o tempo que não estão trabalhando em esportes ou dentro de carros, correndo como loucas pelas autoestradas, ou na frente da televisão com personagens que são chamados de “a família”. Na falta de vínculos reais, a família passa a ser a que está dentro da TV. Bradbury chama as pessoas embrutecidas pela televisão de “mulheres de palha”.

A mídia é como uma droga, que hipnotizava as pessoas e as deixavam dependentes, emburrecidas. Em determinado momento, no metrô, toca um anúncio de creme dental. As pessoas não conseguem resistir e acompanham o jingle com batidas de pés, as bocas agitando levemente e repetindo o slogan.

O personagem principal é Montag, um bombeiro, mas, uma vez que as casas são revestidas de plástico resistente ao fogo, sua função é queimar livros. Sua vida muda quando encontra com uma garota que lhe pergunta se ele é feliz, o que o leva a uma reflexão crítica sobre sua vida: “Não estava feliz. Não estava feliz. Disse as palavras para si mesmo. Admitiu que este era o verdadeiro estado das coisas. Usava sua felicidade como uma máscara e a garota fugira com ela pelo gramado [...]” (BRADBURY, 2008, p. 32)

A partir dessa reflexão, ele se interessa por livros e, a partir daí, torna-se um perigo para o sistema. Ao sistema não interessa pessoas que pensem por si mesmas, que sejam público. Daí porque Montag passa a ser perseguido.

Críticas

Embora seja um dos paradigmas mais difundidos na área de comunicação e também a que mais influência teve, a teoria hipodérmica é também a mais criticada.

Mattelart (2001, p.47-48) lembra que dentro da própria corrente funcionalista (Laswell, criador da teoria hipodérmica, era funcionalista) surgiram pesquisas que colocariam em questão o princípio mecanicista de efeito direto e indiferenciado:

Ao estudar os processos de decisão individuais de uma população feminina de oitocentas pessoas numa cidade de 60 mil habitantes (Decatur, Illinois), redescobrem [...] a importância do “grupo primário”. É o que lhes permite apreender o fluxo de comunicação como um processo em duas etapas, no qual o papel dos “líderes de opinião” se revela decisivo.

Esses líderes de opinião influenciam o pensamento de sua comunidade e relativizariam o poder dos meios de comunicação.

Oliveira (2002, p. 39) argumenta que o esquema E – R implica que haveria sempre um feedback positivo por parte do público a toda mensagem emitida pela mídia:

Ocorre que isso nem sempre é verdadeiro. A primeira razão é que nenhum indivíduo é um sistema isolado (atomizado, como diziam os teóricos da Agulha Hipodérmica). Os estímulos não provêm de um único ponto. Na verdade, os estímulos chegam a nós dos mais variados emissores.

Mesmo a mídia traz os mais diversos tipos de estímulos, muitos contraditórios, como as campanhas contra o consumo de álcool por motoristas e as propagandas de cerveja.

Existem também fatores externos, culturais, sociais e religiosos, que influenciam o consumidor, enviando estímulos diversos daqueles veiculados na mídia. Exemplo disso foi a campanha “Do jeito que o Diabo gosta” (OLIVEIRA, 2002), da cerveja Antarctica, em que a personagem Feiticeira protagonizava uma diabinha. A campanha, um sucesso em metrópoles, como Rio de Janeiro e São Paulo, foi rejeitada em cidades das regiões Norte e Nordeste. Muitos donos de bares se negavam até mesmo a pregar cartazes da campanha, em protesto. Nesse caso, o estímulo da mídia chocou-se com o estímulo religioso, que vê a palavra “Diabo”, como algo negativo. Se nos grandes centros, o público interpretou a propaganda como uma brincadeira, nas cidades mais conservadoras, o público preferiu alinhar-se aos estímulos religiosos.

Roberto Elísio dos Santos (2008, p.56) diz que “o público aceita ou rejeita os conteúdos da cultura de massa de

acordo com seus interesses imediatos, mas adora, acima de tudo, o espetáculo que lhe é oferecido”.

Paul Lazarsfeld e Robert Merton (1975) argumentam que a influência dos meios de comunicação tem sido exagerada. Segundo eles, para que a propaganda exerça o poder previsto na teoria hipodérmica, como ocorreu com o nazismo são necessárias as seguintes condições: 1) monopolização; 2) canalização, ao invés de mudança de valores básicos; 3) contato pessoal suplementar.

O monopólio da mídia garante que não haja estímulos discordantes, o que, como vimos, pode diminuir a influência da propaganda.

É claro que trata-se de uma característica da estrutura política de uma sociedade autoritária, onde o acesso aos meios de comunicação encontra-se bloqueado aos que se opõem à ideologia oficial. Algumas provas sugerem que este monopólio teve certa eficácia ao permitir que os nazistas mantivessem o povo alemão sob controle. (LAZZARFELD; MERTON, 1975, p. 248)

A canalização diz respeito ao fato de que a propaganda não consegue mudar padrões de comportamento e pensamento já existentes, mas pode direcioná-los a favor de certos objetivos. O nazismo não criou o antisemitismo. Na verdade, ele já era bastante enraizado na cultura europeia. O que a propaganda nazista fez foi canalizar esse antisemitismo no sentido de convencer o povo alemão, e em especial os ligados aos campos de extermínio, que a única solução para o problema judaico era o assassinato de milhões de pessoas.

A suplementação está relacionada ao reforço através de contato pessoal, como ocorria na Alemanha nazista:

O nazismo não atingiu seu rápido momento de hegemonia através do controle dos meios de comunicação. Estes desempenharam um papel auxiliar, complementando o uso da violência organizada, a distribuição de prêmios por conformismo e os centros organizados de doutrinação local (LAZZARSFELD; MERTON, 1975, p. 248).

É conhecida, por exemplo, a importância da juventude hitlerista na formação das condições para que o nazismo alcançasse seu sucesso.

Conclusão

Há situações específicas, em que o contexto geral favorece que a mídia funcione como uma agulha. Foi o caso de um pânico provocado por uma notícia falsa sobre falta de gasolina, na cidade de Macapá, Amapá. Desesperados, os consumidores correram para os postos, que, devido ao aumento da demanda, ficaram de fato, sem gasolina. Mas a notícia só teve esse efeito porque na semana anterior a cidade havia passado por uma situação concreta de escassez de combustível. A paranoia criada pelos fatos passados tornou possível que o estímulo enviado pela mídia tivesse essa resposta certa e imediata.

Da mesma forma, condições muito específicas, como as dos regimes totalitários, em que o governo mantém o monopólio da mídia assegurando que não existam outros estímulos, também podem garantir resultados como os propugnados pela teoria hipodérmica.

De resto, em algumas situações específicas, como o caso de algumas propagandas, também pode se ver esse efeito sobre algumas pessoas. Mas, independente de um ou outro caso, sabe-se hoje que o poder dos M.C.M. não é tão grande, sendo relativizado por vários fatores.

Uso em sala de aula

A hipótese hipodérmica está diretamente relacionada ao conceito de massa. As aulas sobre essa teoria devem relacioná-la com os comportamentos coletivos (público, massa, multidão).

Existem muitas músicas e filmes que podem ser trabalhados em sala de aula. *1984* tem uma versão cinematográfica dirigida por Michael Radford e bastante fiel ao livro. É um filme pesado, depressivo, mas que serve bem para demonstrar como a mídia pode ser usada por regimes totalitários no sentido de transformar a população em uma massa acéfala e incapaz de resistir aos estímulos.

Fahrenheit 451 tem uma versão cinematográfica dirigida por François Truffaut, um dos maiores cineastas da nouvelle vague francesa. Realizado em 1967, o filme peca pelos efeitos especiais fracos, mas é fiel ao espírito do livro original. O diretor consegue com perfeição passar para a tela a ideia de Brabury sobre um mundo em que as pessoas, por iniciativa própria, se tornaram massa. Destaque para a cena em que Montag desliga a TV e recita poesias para mulheres atônitas, que entram em desespero ao terem contatos com seus próprios sentimentos.

Uma música que se encaixa perfeitamente no assunto é *Admirável gado novo*, de Zé Ramalho. A música, referência direta ao livro de Aldous Huxley, compara a massa com o gado, que se sente feliz, mas tem uma felicidade ilusória. Muito conhecida pelos alunos, pode ser um ótimo ponto de reflexão sobre o assunto e sua referência ao livro de Huxley pode deixar os alunos curiosos por ler a obra original.

Outras músicas interessantes sobre o tema são *Televisão de cachorro*, do Pato fu, e *Televisão*, dos Titãs.

É interessante destacar as críticas à teoria e as situações em que ela de fato pode funcionar.

Como sugestões de atividades, além de debates a partir de filmes e músicas, pode-se pedir aos alunos que pesquisem casos em que os estímulos da mídia tiveram uma resposta equivalente ao proposto pela teoria hipodérmica.

A visão dos alunos

“Mesmo sendo uma teoria funcionalista, que foi contestada no começo do século passado, a Teoria Hipodérmica se revitalizou e sobrevive em nosso cotidiano. Exemplo disso são as constantes chamadas dos lançamentos dos álbuns da gravadora Som livre. Em toda sua programação, a Rede Globo veicula diversas inserções para que o telespectador seja entorpecido com os trechos das músicas e, quase sem perceber, cantarole os pedaços de sertanejos, pagodes e música gospel. Entre uma novela e outra, lá estão presentes as vinhetas, com o intuito de penetrar em nossas mentes e fazer com que compremos os álbuns” Jackeline Carvalho, aluna de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá – Unifap).

“Um dia estava no correio fazendo o pagamento de uma conta. Na fila em que estava havia várias mulheres. Então passou uma propaganda na televisão, sobre um sapato. A modelo do comercial dizia na propaganda que o sapato era a moda do verão. Uma moça que estava na fila começou a dizer que tinha que comprar o sapato, porque era lindo e estava na moda. Depois de uns dias minha irmã apareceu com o sapato em casa, então eu determinei que também compraria, já que todos tinham. Eu comprei, E depois que percebi que a mídia tinha aplicado o estímulo, e eu e outras mulheres tínhamos comprado o sapato respondendo como massa, como previsto na teoria hipodérmica” (Cássia Lima, aluna de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá – Unifap).

Referências

1938: Pânico após transmissão de “Guerra dos mundos”. Disponível em: <http://www.dw.de/1938-p%C3%A2nico-ap%C3%B3s-transmiss%C3%A3o-de-guerra-dos-mundos/a-956037>. Acesso em: 22 nov. 2012.

ACSELRAD, Marcio; MOTA, Savio Felix. Algumas considerações sobre a história e a atualidade do conceito de ‘massa’ para a teoria da comunicação. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 5-17, janeiro/junho 2011.

A GUERRA DOS MUNDOS. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/guerradosmundos/index2.htm>. Acesso em: 21 mar. 2011.

BONALUME NETO, Ricardo. **George Orwell**. São Paulo: Brasiliense, 1984. (Coleção Encanto Radical)

BRADBURY, Ray. **Fahrenheit 451**. São Paulo: Globo, 2008.

DANTON, GIAN. Público, massa e multidão. **Digestivo Cultural**. http://www.digestivocultural.com/columnistas/coluna.asp?codigo=698&titulo=Publico,_massa_e_multidao. Acesso em: 25 mar. 2011.

HUXLEY, Aldous. **Admirável mundo novo**. São Paulo: Globo, 2009.

LENHARO, Alcir. **Nazismo: o triunfo da vontade**. São Paulo: Ática, 1990.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de (Org.). **Agulha hipodérmica: o poder e os efeitos dos meios de comunicação de massa**. Macapá: SEAMA, 2002.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de Oliveira. Distopias hipodérmicas. In: LAZARIN, Denise; LONDEIRO, Roldolfo Rorato. **Literatura lado B**. Guarapuava: Unicentro, 2012, p. 117 – 133.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. **Introdução à cibernética**. Pará de Minas: Virtual Books, 2010.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

TAVARES, Bráulio. **O que é ficção científica**. São Paulo: Brasiliense, 1986. (Coleção Primeiros Passos)

TENÓRIO, Maria Clara Corrêa. **O Admirável Mundo Novo: Fábula Científica ou Pesadelo Virtual?** Disponível em: http://www.urutagua.uem.br//ru10_sociedade.htm. Acesso em 29 mar. 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.

LAZZARSFELD, Paul F.; MERTON, Robert. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada. In COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Nacional, 1975, p. 230 – 253.

SANTOS, Roberto Elísio. As teorias da comunicação: da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2008.

BELTRÃO, Luiz. **Sociedade de massa: comunicação e literatura**. Petrópolis: vozes, 1972.

3.

As bestas do Apocalipse: a teoria adorniana da indústria cultural

ADILSON VAZ CABRAL FILHO¹

O que nos propuséramos era, de fato, nada menos do que descobrir por que a humanidade, em vez de entrar em estado verdadeiramente humano, está se afundando em uma nova espécie de barbárie. Subestimamos as dificuldades da exposição porque ainda tínhamos uma excessiva confiança na consciência do momento presente.

Prefácio de Dialética do Esclarecimento - Adorno & Horkheimer, pág.11

1. Professor do Curso de Comunicação Social e dos Programas de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano e de Estudos Pós-graduados em Políticas Sociais da Universidade Federal Fluminense - UFF, pesquisador e publicitário. Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE – Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência. Email: acabral@comunicacao.pro.br.

A proposta deste texto é a de relacionar teorias de referência na obra de Theodor Adorno a respeito da cultura na sociedade de massas com o imaginário a respeito do seu legado para a área de Comunicação Social, enfatizando os processos de formação profissional envolvidos. A partir de uma pesquisa bibliográfica, buscou-se identificar a importância das formulações de Adorno a respeito da cultura na sociedade de massas, no intuito de compreender de que modo o contexto de época vem se colocando como determinante para sustentar tais formulações ao longo das décadas e do próprio desenvolvimento da Comunicação e da Cultura no capitalismo atual.

Compreende-se que sua dura descrição de cenário tenha contribuído para a definição de um pensamento crítico, identificando aspectos que necessitam ser continuamente atualizados a partir de estudiosos das implicações de sua obra em nossa área. Sua postura crítica como pesquisador também evidencia a importância de seus estudos para o enfrentamento de questões atuais, diante das quais deveria ser rechaçada a visão apocalíptica, usualmente identificada a seus escritos.

Este trabalho está dividido em duas partes: na primeira, serão tratadas as principais reflexões e influências de Adorno para a Comunicação Social, contextualizando as teorias relacionadas à contribuição do autor a partir de contribuições mais contemporâneas. Por fim, pretende-se esboçar uma revitalização da teoria crítica para a Comunicação, diante dos desafios da formação profissional na área.

Abordar a contribuição do legado de Adorno para a formação dos alunos em Comunicação é um desafio não só pela extensão de sua obra, como pelo modo pelo qual nos relacionamos com seus escritos e suas implicações. Falar dos principais textos de Adorno, majoritariamente tratados nas disciplinas de Teorias de Comunicação das faculdades

de Comunicação no Brasil é, de certa forma, tratar do tensionamento entre teoria e prática com o qual convivem os Cursos de Comunicação no país.

As abordagens críticas, oriundas de referências que constituem as disciplinas teóricas dos Cursos de Comunicação, têm nos conceitos e reflexões da Escola de Frankfurt sua principal matriz. A crítica constituída à atividade cultural em escala industrial, para atender a uma crescente sociedade de massa desde a segunda metade do século XX, coloca-se frontalmente contrária à inserção num meio profissional constituído exatamente a partir dessa lógica. Por sua vez, as práticas apreendidas no meio universitário demandam uma reflexão mais adequada sobre suas implicações sociais e sobre as políticas que as sustentam, bem como necessitam se posicionar num ambiente de experimentação e de provocação do meio profissional que a universidade, em sua grande parte, ainda preserva.

Em síntese, os Cursos de Comunicação tanto carecem de uma teoria que reflita a prática com instrumentos que promovam a conscientização dos futuros formandos, como de uma prática que instigue novas reflexões e posicionamentos dos futuros profissionais, que possibilite ainda compreender o papel da formação em nível superior no atual estágio da área no país e no mundo.

Retornar a Adorno e seu legado, buscando revisitar e recontextualizar suas reflexões e teorias no momento presente, torna-se importante para que, ao invés de datarmos teorias num passado intangível a não ser por abordagens históricas, nos seja possível compreender novas respostas e novos caminhos para a um presente que nos oferece novos desafios.

Referência crítica em perspectiva: contribuições de Adorno

A influência de Adorno nos estudos de Comunicação Social no Brasil e também por que não dizer, na América Latina, se dá pela identificação de intelectuais e movimentos populares organizados em países distintos com as teorias críticas à dominação capitalista propostas pela Escola de Frankfurt, em conexão com a indignação diante do imperialismo exercido pelos Estados Unidos.

O principal livro de referência nas disciplinas de Teoria de Comunicação nos currículos dos Cursos é *Dialética do Esclarecimento*, de Theodor Adorno e Max Horkheimer, escrito em 1947, no qual o capítulo “A Indústria Cultural: O Esclarecimento Como Mistificação das Massas” assume especial importância no pensamento crítico sobre a Comunicação e a Cultura. Essa obra, pequena diante da contribuição filosófica e sociológica de Adorno, é suficiente para promover um considerável estranhamento sobre a normatização reinante no pensamento sobre o fenômeno comunicacional e proporcionar a compreensão de uma densa teoria por parte de seus leitores, apocalíptica para uns, transformadora para outros.

No marco da compreensão de uma dialética do esclarecimento, relacionada a uma visão materialista histórica da sociedade, Adorno e Horkheimer, no âmbito do Instituto de Pesquisas Sociais da Universidade de Frankfurt am Main, desenvolveram pesquisas em torno do que mais tarde veio a se conhecer como Escola de Frankfurt, tendo vinculado também outros autores como Benjamin, Habermas, Marcuse, entre outros. Para Adorno e Horkheimer (1985, p. 5), “o programa do esclarecimento era o desencantamento do mundo; sua meta era dissolver os mitos e substituir a imaginação pelo saber”. Ou seja, extrair da compreensão

do mundo toda sua relação com qualquer processo ou mecanismo pela via do encanto, do mito ou da magia.

A formação da consciência crítica, expressão bastante usual em organizações sociais e políticas diversas nos setores sociais de matrizes socialistas, é oriunda da superação dessa dialética na qual se insere o esclarecimento, dentro do qual a cultura - ou sua ausência - passa a ter importante papel, assim como sua produção, circulação e consumo, numa perspectiva que articula relações de poder (política) e produção e troca de valor (economia).

A crítica, assumida na obra de Adorno como condição da conscientização, se faz necessária para discernir o desejado conhecimento para a transformação social em prol da supressão da exploração do homem pelo homem daquele descrito pelos autores como necessário à dominação da sociedade. Desse modo, pensada como processo, a conscientização é incompatível com a ideia de uma aventura particular ou mesmo de privilegiados, mas de um coletivo ou mesmo do conjunto da sociedade.

Torna-se possível aqui, então, estabelecer uma necessária relação com a educação e o processo de formação para o meio profissional, bem como com a compreensão do meio profissional dentro da lógica do trabalho na área de Comunicação e, ainda, com o valor gerado por este junto à sociedade. Em detrimento da conscientização, projetos de dominação encontram espaços entre dirigentes de empresas de comunicação, que movem o sustento e a circulação de seus produtos em favor de projetos que acabam sendo referenciados por trabalhadores do chão de fábrica das mesmas empresas e veículos.

O tensionamento não é estabelecido de modo tão dual, justamente porque a mitificação estabelecida em torno da profissão proporciona relações diferenciadas de aproximação ou distanciamento ao processo de dominação. Adorno

e Horkheimer esclarecem que, “forçado pela dominação, o trabalho humano tendeu sempre a afastar-se do mito, voltando a cair sob o seu influxo, levado pela mesma dominação” (1985, p. 18).

A ausência de consciência crítica produz outro fenômeno bastante recorrente a situações cotidianas no processo de formação profissional e na própria área de comunicação. Estar alienado a esta lógica de exploração é uma condição de sustentação da dominação por alguma compreensão mítica da correlação de poder envolvida. Ainda para os autores,

Quaisquer que sejam os mitos de que se possa valer a resistência, o simples fato de que eles se tornam argumentos por uma tal oposição significa que eles adotam o princípio da racionalidade corrosiva da qual acusam o esclarecimento. O esclarecimento é totalitário (1985, p.6).

E a quais mitos se referem esta situação? Ao mito de que é preciso aprender e ter experiência para se chegar num lugar de destaque, ao mito da insuficiência ou da incapacidade para chegar a esse lugar de destaque, mesmo diante da compreensão de que a própria atividade profissional se constrói e afirma sim a partir de técnicas apreendidas, mas que lidam com imprecisões conceituais no seu cotidiano.

O contraponto a esses mitos, por sua vez, se situa na capacidade de uso do conhecimento para possibilitar uma determinada ascensão profissional por vias personalistas, que justifica tanto a ausência de escrúpulos nas relações de trabalho como na lida com os dados que delineiam o produto do trabalho comunicacional. Conhecer para dominar implica também na perpetuação da dominação a partir da alienação da condição de explorado e da continuidade da lógica de exploração do homem pelo homem.

No entanto, um movimento recente que relaciona futuros profissionais de Comunicação em seus diferentes processos de formação diz respeito à compreensão da necessidade cada vez mais urgente de inserção no mercado de trabalho, para que tenham contato com suas atividades profissionais e possam fazer parte da população economicamente ativa do país. O primeiro atributo proporciona acolhida tão imediata quanto possível ao modo de organização empresarial na prática comunicacional, na medida em que se minimiza o questionamento e se assimilam as rotinas de trabalho e produção das empresas, influenciando atividades de ensino e de relação com o meio profissional, nas quais são sublimados os espaços da universidade como produção de conhecimento experimental e questionador dentro das áreas de atuação profissional. Já a inserção na economia ativa do país implica em viabilizar tanto a empregabilidade dentro da área de formação escolhida, quanto possibilitar o acesso ao consumo de bens e serviços relacionados a sua classe social e a sua área de atuação profissional.

O mito da objetividade vem se desconstruindo em favor da assimilação da lógica empresarial no fazer cotidiano dos profissionais. A censura não se instala apenas nas empresas junto aos profissionais, mas nas salas de aula, junto aos estudantes. Trata-se não de um processo de alienação por falta de conhecimento, mas pela compreensão de que a ascensão profissional se dá através desse caminho. Em função disso se estabelece desde já uma disputa, na medida em que faz parte dessa consciência a noção de que não há vagas para todos e os melhores ou mais adequados é que conquistarão seus espaços.

Consumir se torna um mecanismo de afirmação de status e reconhecimento de lugar junto a seus pares. Desse modo, o valor de uso de projetos e serviços é substituído ou mesmo redefinido em função de atributos adicionais, relacionados à afirmação social. Essa lógica aparente

de potência é desconstruída por Adorno e Horkheimer, na medida em que afirmam ser “na comunidade da mentira que os líderes (Führer) e seus liderados se reúnem graças à propaganda, mesmo quando os conteúdos enquanto tais são corretos” (1985, p.119).

Num contexto em que produtos e serviços colocados à sociedade para potencial aquisição são tomados não pelo valor de seus atributos, mas pelo que proporcionam ou podem proporcionar, o fetiche da mercadoria é reconstruído pela própria sociedade, que agrega outros componentes ao que se compreende como uso e os valores que os constituem. Ainda para os autores, “numa sociedade que sabiamente impõe limites à superabundância que a ameaça, tudo o que é recomendado a todos por outras pessoas merece desconfiança” (1985, p.119).

A expansão dos cursos relacionados às Ciências Sociais e à Comunicação no Brasil e na América Latina, desde a segunda metade do século XX, passa a assumir um viés crítico diante de uma nova configuração geopolítica mundial e o desenvolvimento de uma nova fase do capitalismo industrial, que acolheu as reflexões propostas pelos frankfurtianos e fomentou a existência de novas leituras e aplicações, já na relação com movimentos sociais mais diversos.

Na linha do estabelecimento de uma crítica estrutural ao modo capitalista de circulação de informações sobre empresas, produtos, serviços, ideias, Cesar Bolaño (2000, p.53) alia os conceitos de publicidade e propaganda como motores da relação da sociedade com o consumo, na medida em que afirma que “a forma elementar da publicidade é já também propaganda, na medida em que ao lado dos inúmeros atos de compra e venda conforma um universo simbólico de inegável poder ideológico”. Desse modo, trata da importância que passa a ter o processo comunicacional na atribuição de valor para a sociedade de massas.

O desafio colocado, no entanto, para a área da Comunicação mais especificamente, pode ser sintetizado a partir do livro de Umberto Eco “Apocalípticos e integrados”, lançado originalmente em 1965 e crítico em relação ao hiato entre tais concepções. Para o autor (p.13),

a fórmula “apocalípticos e integrados” não sugeriria a oposição entre duas atitudes (e os dois termos não teriam valor de substantivo), mas a predicação de adjetivos complementares, adaptáveis aos mesmos produtores de uma “crítica popular da cultura popular”.

Entretanto é em torno desta divisão que o debate se dá, especialmente nos Cursos de Comunicação, que envolvem desde a configuração de currículos ao encaminhamento para o meio profissional. O abismo se fez mais evidenciado entre as duas macrovisões, levando a uma teoria crítica e uma prática contemplativa, nos dizeres de Gabriel Kaplún, que condena o que chama de esquizofrenia nos Cursos de Comunicação Social, especialmente na América Latina.

Crítica estabelecida, o desafio que se coloca é: como não deixar de ser crítico sem se emaranhar pela tentação apocalíptica das reflexões que tecem um cenário fatalista, não oferecendo alternativas ou, minimamente, modos possíveis de convívio? Nesse sentido foi que Eco propôs, dentre outras pistas, a realização de uma

análise crítico-sociológica dos casos em que novidades formais, até mesmo dignas, agem como simples artifícios retóricos para veicular um sistema de valores que, em realidade, nada tem que ver com elas (p.77).

Essas vertentes foram trabalhadas a luz de novas leituras e propostas reflexivas, que se referenciaram no pensamento frankfurtiano e também marxista para sua elaboração. Chegaram na

América Latina tanto pela via crítica da estrutura de exploração capitalista, na qual os meios de comunicação e a indústria cultural como um todo contribuem estrategicamente para a manutenção de sua eficiência, quanto pela crítica à crítica em favor de um posicionamento mais relativizado, com base nos estudos culturais e na compreensão dos modos de como as pessoas lidam com os conteúdos que acessam. É o que será apresentado mais detidamente a seguir.

O legado construído a partir da obra de Adorno

Se não há dúvidas da atualidade das questões trabalhadas por Adorno, Horkheimer e seus colegas da primeira geração da chamada Escola de Frankfurt ainda hoje, nos anos 1960 ainda era mais evidente a clareza a respeito de sua importância. Publicado originalmente em 1947, *Dialética do Esclarecimento* proporcionou aos leitores um manancial articuladamente crítico para compreender as movimentações recentes do capitalismo à época e seus desdobramentos geopolíticos em regiões distintas, afetando a comunicação, a cultura num modo mais amplo e o consumo de bens destinados à crescente sociedade de massas.

Para o que nos anos 60 e 70 do século passado se compreendia como terceiro mundo, se adequada de modo exemplar uma teoria crítica que proporcionasse uma compreensão histórica de questões sociais e filosóficas, aplicada a uma sociedade que, em seus modos organizativos de diferentes contextos, buscava se mobilizar diante do que se compreendia à época como no contexto de uma dominação imperialista.

Para Máximo Grimberg, referindo-se ao modo de como se estabeleceram mobilizações e práticas alternativas na América Latina, sobretudo na área de Comunicação,

o discurso autoritário sempre surge a partir de posições de poder: posições de poder políticas e econômicas com seu correlato ideológico, por parte dos adictos ao status quo, posições de poder políticas e inclusive econômicas no campo dos opositores ao sistema (1987, p.23).

Assim, tornou-se necessário uma teoria crítica que oferecesse elementos para fomentar posicionamentos críticos a um sistema que se impôs política e economicamente junto à sociedade, assumindo um papel da então sustentação de países cujo papel era o de constituir uma periferia subdesenvolvida em relação ao capitalismo avançado de base imperialista. Ao mesmo tempo, ao invés de acolher a inviabilidade de alternativas compreendida pelos autores da Escola de Frankfurt, intelectuais acadêmicos e ativistas de movimentos sociais acolheram tais reflexões, mas incorporadas e revitalizadas a uma práxis de mobilização, conscientização e luta contra processos ditatoriais em vários países na América Latina. Esse processo também teve reflexo na compreensão dos espaços de ensino e pesquisa nos Cursos de Comunicação e, em paralelo a um mercado que se expandia sob a sustentação de outros referenciais teóricos de caráter funcionalista, também contribuiu para a motivação do hiato entre teoria e prática no processo de formação profissional.

Do ponto de vista da construção teórica, tanto no âmbito acadêmico e ativista, buscou-se trabalhar com a formulação de uma teoria contra-hegemônica, que se pautasse na crítica frankfurtiana tanto quanto na compreensão da construção de alternativas à comunicação como componente estratégico de sustentação, legitimação e expansão da indústria cultural. Uma disputa entre projetos de poder pressupunha tanto a formulação da crítica aos processos econômicos, políticos e sociais de afirmação do domínio,

quanto a conscientização popular em torno da necessidade de oferecer alternativas independentes e contrapostas à lógica do mercado. Essa mobilização acionou a existência de diversos movimentos de ativistas e militantes por experiências e políticas de comunicação em toda a América Latina.

A área da educação e sua vinculação com a comunicação, pelo viés da leitura crítica dos meios de comunicação, merece um particular destaque, na medida em que se conseguiu trabalhar com referenciais críticos no âmbito do processo educacional de formação para crianças e adolescentes, buscando transcender a postura de acolhida normativa às explicações de como se estabelece o funcionamento do mundo, em prol da incorporação de processos históricos e políticos no seu aprendizado. Uma série de autores latino-americanos desenvolveram sua trajetória nessa linhagem crítica, sendo referências mundiais ainda hoje nos estudos da área: Paulo Freire, Juan Dias Bordenave, Antonio Pasquali, entre outros.

No entanto, é com Jesús Martín-Barbero e sua proposta de estudo das mediações que a perspectiva crítica assume nova guinada. Ele formula uma crítica ao elitismo por parte de Adorno, na medida em que o olhar estabelecido pelo frankfurtiano se dá pela sua própria formação intelectual e sua própria visão de mundo, estando ausente de sua reflexão qualquer perspectiva interacional ou formacional.

Na obra “Dos meios às mediações”, Barbero trata de apresentar um enfoque novo da crítica tradicional aos meios de comunicação por parte da Escola de Frankfurt, baseada na correlação entre as lógicas de produção e recepção: “propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 292). Pensar as correlações socioculturais entre produtores e receptores, tal como na proposta de Barbero, possibilita flexibilizar as

estruturas fundantes dos paradigmas primordiais do pensamento comunicacional, que se reconfiguram diante do desenvolvimento tecnológico dos meios, das novas relações que estabelecem entre empreendedores e seu público e da capacidade de melhor percepção a respeito das possibilidades de apropriação social dos meios.

É bem verdade que Barbero não busca se contrapor aos excessos extremistas com um relativismo demasiado, mas as pesquisas derivadas desse marco teórico mais estão contribuindo para diluir a perspectiva crítica aos processos comunicacionais, do que propriamente estabelecer mediações no que se pode compreender na relação entre produtores e consumidores nas dinâmicas da indústria cultural. Por outro lado, a tentação de restabelecer o que Umberto Eco denominou mito do super-homem é recorrente na formulação de teorias críticas. Sobre a questão, assinala o italiano (p.13): “o apocalíptico, no fundo, consola ao leitor, porque o deixa entrever, sob o derrocar da catástrofe, a existência de uma comunidade de “super-homens” capazes de se elevarem, nem que seja apenas através da recusa, acima da banalidade média”.

Ou seja, tanto para o processo comunicacional quanto para o educacional, o papel de formação sempre se colocou no limiar entre a pretensão de iluminar o caminho de alunos ou militantes em processo de formação de consciência crítica e, por outro lado, compreender dinâmicas diferenciadas mais autônomas na própria construção desse olhar reflexivo por parte dos destinatários do processo formativo. Vale lembrar que esse tensionamento lida também com toda uma série de instituições que disputam esses lugares por corações e mentes de modo muito mais pragmático: meios de comunicação, igrejas das mais diversas, mais recentemente as próprias empresas e corporações, entre outras.

No entanto, longe de evidenciar a ausência de consensos nos procedimentos metodológicos, o que esse dissenso

revela é a própria riqueza da perenidade da teoria crítica da Escola de Frankfurt e sua influência na obra de pesquisadores ao longo do século XX e XXI. Para Olgária Mattos (1993, p.70), a inspiração frankfurtiana consiste numa “crítica à política que toma prioritariamente a questão da técnica como dominação”. Seja pela possibilidade de resgatar referenciais socialistas e estabelecer novas dinâmicas de atuação ou pela capacidade de recompor um quadro reflexivo, oferecendo a compreensão de novos olhares e relações, os leitores dos textos frankfurtianos buscaram significativas possibilidades de revitalização, para além da identificação com um apocalipse que poderia ser apreendido da obra de Adorno e seus colegas da Escola de Frankfurt.

Teoria crítica 2.0: possibilidades e caminhos

Se o propósito dos autores de *Dialética do Esclarecimento* era formular uma teoria crítica em contraposição a uma teoria tradicional que se colocasse como contraposição a um Positivismo instaurado no método científico, que se acomodava na busca por explicações de eventos e processos sociais, destituídos de sua história e sua política, em que medida poderia ser possível a compreensão de uma revitalização de processos reflexivos e formativos, que compreendessem as novas dinâmicas de um mundo em transformação e, também, buscassem modos de reafirmar um pensamento crítico capaz de incidir tanto no meio acadêmico, quanto no meio social? Em outras e curtas palavras: seria possível compreender a revitalização da teoria crítica, em especial na área da Comunicação, numa espécie de Teoria Crítica 2.0?

Aqui compreende-se que este processo não só é possível, como já está em curso: além da já mencionada busca por uma teoria intermediária entre exacerbação da crítica ou

da assimilação das dinâmicas de mercado, essa transformação pode ser vislumbrada nos estudos relacionados às indústrias culturais e criativas e, de um modo mais amplo, às formulações em torno da economia política da comunicação.

O caminho intermediário entre teorias e práticas que não se encontram no processo formativo pode ser concebido pela compreensão da universidade como um espaço de experimentação. Dessa forma, cabe pensar um diálogo mais intenso entre universidade e meio profissional, capaz de trabalhar pesquisas, eventos e mesmo disciplinas e currículos que estimulem dinâmicas de produção e aplicação de conhecimentos pautadas na ética e na realização de rotinas profissionais imbuídas de princípios de responsabilidade social.

A atualização do conceito de indústria cultural e sua adequação ao cenário contemporâneo levam à compreensão de que não cabe mais a referência a um projeto que seja tão somente expresso no singular, mas no plural. Desse modo, a compreensão da existência de indústrias culturais, cujas cadeias, mesmo que articuladas, são específicas e com particularidades empresariais e políticas, demandam análises sistêmicas para a compreensão de mecanismos mais amplos de dominação e estruturação do capital, seus negócios e seus modos de regulação.

A Economia Política da Comunicação, por sua vez, é estabelecida na especificidade da Comunicação à crítica da Economia Política, cujo paradigma é focado na produção de análises críticas estruturais, contrapondo-se firmemente à lógica de mercado, expondo evidências das contradições do sistema capitalista, bem como dos processos regulatórios e dos papéis que Estados e governos assumem nesses processos. Trata também da recomposição da participação dos setores sociais nos diversos processos de produção comunicacional, compreendendo a atual dinâmica de circulação de mercadorias e recomposição dos mercados na assim chama-

da sociedade da informação. As reflexões em torno da Indústria Cultural a partir de uma Teoria Crítica não só atravessam como também configuram esse campo de estudos.

Além dessas vertentes, cujos caminhos são relativamente comuns e complementares, uma outra renovação se faz necessária na dinâmica que movimenta a própria realização dessa reflexão e que está no bojo do processo pedagógico que busca sua legitimidade no contexto atual: se o contraponto da teoria crítica em relação à tradicional foi o de incorporar história e política em seus processos reflexivos, uma proposta da crítica à teoria crítica precisa incorporar dimensões colaborativas em seus processos de construção, que sejam capazes de envolver a sociedade em geral e seus públicos específicos em diferentes contextos (meios acadêmicos, meios sociais) de formação e socialização de conhecimento, se apropriando das tecnologias digitais que aproximam, aceleram e potencializam demandas de geração de conteúdo em distintos suportes, distintas tecnologias e distintas plataformas.

Mesmo diante da disseminação e da inserção das tecnologias no cotidiano das pessoas, é preciso compreendê-las, em seus diferentes contextos, como sujeitos da construção desses processos. Não é possível conceber políticas, programas e projetos de inclusão digital que não incorporem mecanismos de inclusão social nas suas ações. Mas mais do que isso, cabe compreender e estimular um questionamento permanentemente crítico, capaz de trabalhar com reflexões que sejam aplicadas às diferentes dinâmicas de atuação.

Da formulação original, que compreende os bens culturais produzidos em escala industrial, para uma sociedade de massas em crescimento e expansão, passou-se um longo tempo e novas dinâmicas se estabeleceram. Da mesma forma como determinados sujeitos sociais assimilaram determinadas reflexões datadas e localizadas, promovendo sua

adequação a outro território, é plausível também a reterritorialização mais recente da teoria crítica a outros termos, processos e agentes para a assimilação e consequente aplicação em contextos e demandas mais atuais.

Desse modo estariam, cada qual a seu modo, apresentando visões limitadas a respeito da obra de Adorno e da Escola de Frankfurt, mesmo diante de novas dinâmicas sociais e processos comunicacionais: apocalíptico não é bem o termo que caracteriza uma visão crítica em relação aos processos, na medida em que, mesmo sendo negação de uma possibilidade, tem vitalidade suficiente para se afirmar como contraponto capaz de determinar uma prática contra-hegemônica. O debate não se extingue na existência de eventos pontuais, mas se constrói em torno da estruturação de princípios e valores que norteiam sua pertinência.

CONCLUSÃO ou a qual distância estamos do Apocalipse?

A contextualização histórica de Adorno e sua obra, especificamente a mais vinculada com os cursos de Comunicação, evidencia a radicalidade de sua análise e justifica a necessidade de reflexões consolidadas no cenário contemporâneo. É de considerável importância, nesse esforço de contextualização, a construção de argumentos que situem tanto a época em que lançaram tais reflexões, como as referências que motivaram a análise formulada pelos autores. Além disso, o conjunto de questões abordadas e a densidade de suas formulações, diante da inexistente preocupação com questões históricas ou políticas nas teorias tradicionais.

É possível compreender, num esforço de síntese dessa trajetória analítica aplicada, que a visão proposta pelos autores se colocava como atemporal. No entanto, era con-

textualizada a crítica específica às transformações da época e as tendências de consolidação do que inicialmente foi caracterizado como Indústria Cultural, sendo mais tarde trabalhada no plural de Indústrias Culturais, por autores que tiveram os frankfurtianos como referência.

Vale também conceber um esforço reflexivo e imaginativo, no sentido de compreender o que Adorno pensaria a respeito da Internet e das mídias sociais, se já era contundente a crítica estabelecida aos meios de comunicação massivos em expansão na sua época. Nossa realidade cotidiana é mais complexa e nem mesmo assim deixamos de identificar uma movimentação semelhante em relação a grupos de mídia contemporâneos no modo de expansão de seus domínios e de vinculações diversas com os grupos de mídia tradicionais. Quanto aos usos e dinâmicas de rede, é difícil saber se Adorno se negaria a usar Facebook ou Twitter, muito menos ter celular, ou seria entusiasta desses modos de articulação e cooperação em redes à moda de um Castells. Importante aqui é reafirmar que esses novos agenciamentos midiáticos conseguiram também produzir seus tecnoapocalípticos e tecnointegra-dos, enquanto o legado da Escola de Frankfurt permanece vivo num outro patamar de densidade.

Por sua vez, se a Comunicação servindo ao Capital leva à redução dos polos de emissão para exercer seu controle, a construção de alternativas não pode ser restrita ao campo simbólico, mas ao da construção de políticas que evidenciem os mecanismos de implementação e legitimação desses processos junto à sociedade por parte dos agentes do Capital na forma de indústrias culturais.

Não se trata mais de compreender um quadro de análise simples, de base mecanicista, pautado na manipulação de receptores por emissores, mas da identificação de simulacros de participação, compartilhamento e cooperação presentes

desde o tempo dos primórdios do rádio até as redes e tecnologias de informação e comunicação digitais.

Se trata de compreender também que, em tempos de incisiva construção simbólica do capital, a necessidade de implementar mecanismos diversos de legitimação das indústrias culturais junto à sociedade se torna mais evidente, compreendendo estratégias que vão da responsabilidade social em conteúdos informativos até a cultura digital através de mídias digitais, que liberam relativamente o polo de emissão e permitem a construção de múltiplas redes, mas criam valor para empresas que atuam com infraestrutura (telefonía, Internet) e/ou conteúdo (provedores de acesso e conteúdos, portais diversos) através do acesso a dados pessoais e opções de busca e consumo através de nossas trilhas de navegação.

Descrever a complexidade e os limites desse cenário se coloca como etapa fundamental para o desbravamento da análise nos termos propostos por Adorno. É essencial, portanto, para que se estabeleça ponto de partida de uma linhagem de formação de consciência crítica que, dialeticamente, só passa a ter relação com a ideia de apocalipse para as bestas que assim compreendem tal contribuição analítica.

Referências

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1985.

BOLAÑO, Cesar. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo, Hucitec, 2000.

BRITTOS, Valério e CABRAL, Adilson. **Economia política das comunicações: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo, Ed. Perspectiva, 2008.

GRINBERG, Máximo Simpson. A Comunicação alternativa na América Latina. Petrópolis, Vozes, 1987.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MATOS, Olgária C. F. **A escola de Frankfurt: luzes e sombras do Iluminismo**. São Paulo, Ed. Moderna, 1993.

RUDIGER, Francisco. **As teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

_____. **Comunicação e teoria crítica da sociedade**: Adorno e a Escola de Frankfurt. Porto Alegre, EDIPUCRS, 1999.

4.

O marxismo estruturalista de Althusser

LUCIANA PANKE¹

MÁRIO MESSAGI JR.²

Introdução

O filósofo marxista francês Louis Althusser tentou entender as condições nas quais se trava a luta revolucionária.

-
1. Doutora em Ciências da Comunicação (USP); Professora da Universidade Federal do Paraná no curso de graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Vice-Presidente da Sociedade Brasileira de Profissionais e Pesquisadores de Marketing Político (Politicom) e Líder do grupo de Pesquisa “Comunicação Eleitoral”.
 2. Mário Messagi Júnior é jornalista e mestre em Linguística pela UFPR. Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos, é professor de teoria da Comunicação há quinze anos na UFPR. No mestrado e no doutorado, trabalhou com questões envolvendo linguagem, jornalismo ideologia e história.

O autor buscou na compreensão do processo de reprodução do modelo de sociedade vigente, os mecanismos para a sua transformação. Althusser tentou fazer isso de forma científica, o que não o livrou de enfrentar, muito rapidamente após a publicação do seu ensaio clássico - Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado - em 1970, a crítica de que teria construído uma visão imobilizadora da sociedade, seca, anti-humanista, sem esperanças.

Althusser defendia que a ideologia está a favor das classes dominantes para a geração de mecanismos de perpetuação ou de reprodução das condições materiais, ideológicas e políticas de exploração. Seguindo esse ponto de vista, existiriam os Aparelhos Repressores (ARE), que compreenderiam o governo, o exército, os tribunais; e os Aparelhos Ideológicos (AIE), que seriam instituições como igreja, escola e família. Para formular o conceito de ideologia, o autor formula três hipóteses: a ideologia representa a relação imaginária de indivíduos com suas reais condições de existência; a ideologia tem uma existência porque existe sempre num aparelho e na sua prática ou suas práticas; a ideologia interpela indivíduos como sujeitos. (PANKE, 2010, p.31)

Este capítulo se presta, assim, a apresentar algumas reflexões de Althusser. Nas consequências do seu trabalho, repensando a sociedade como ele próprio defendia, sobra uma comunicação incorporada pela ideologia do Estado e francamente contrária à transformação. Procuramos apresentar os pontos principais das suas ideias, depois trazemos o ponto de vista de estudantes de graduação, para, por fim, propor algumas atividades a serem desenvolvidas em sala de aula pelos professores de Teorias da Comunicação.

Contextualização. Quem foi Althusser?

“Louis Althusser nasceu na Argélia em 1918 e morreu em Paris, em 1990, depois de ser preso por estrangular sua mulher” (LETCHE, 2002, p.51) Althusser enfrentou, desde muito cedo na vida, os problemas de saúde mental. Mesmo assim, encarou todos os embates teóricos ao longo da carreira. Em 1939, foi admitido na École Normale Supérieure (ENS), em Paris, mas não frequentou o curso até 1945, pois estava convocado para lutar na Segunda Grande Guerra. Como vários soldados franceses, ficou preso em um campo de concentração de 1940 até o final da guerra. Já com a saúde mental abalada, chegou a receber tratamento com eletrochoques em 1947, um ano depois de ter conhecido sua futura esposa, Hélène, revolucionária, judaico-lituana e oito anos mais velha que Althusser.

Em 1948, filiou-se ao Partido Comunista Francês. Viveu sua carreira como filósofo e como militante comunista. Filósofo marxista de primeira linha, adversário intelectual de Stalin, mentor da aproximação teórica de Marx com Freud e principal autor do marxismo estruturalista, não foram poucas as pejejas que Althusser encarou, como autor polêmico, mas influente e respeitado que era.

O trabalho de Althusser está inserido na corrente estruturalista. O estruturalismo emerge, nas ciências humanas, a partir de 1916, ano do lançamento do livro póstumo de Ferdinand de Saussure *Curso de linguística geral*. Livro singular na história do pensamento, porque mesmo sendo atribuído a Saussure, nunca foi escrito pelo autor genebrino e sequer fez parte dos seus projetos acadêmicos³. O impacto da obra

3. A obra foi sistematizada por Charles Bally e Albert Sechehaye, alunos do curso de linguística ministrado entre 1910 e 1911, na Universidade De Genebra. Saussure morre em 1913 e nunca viu ou

tornou Saussure conhecido como o pai da linguística moderna e também o colocou como o pai legítimo do estruturalismo, porque concebeu o conceito pela primeira vez na história, mesmo o chamando de sistema, não de estrutura.

Saussure busca separar a linguística de outros campos de conhecimento, como a sociologia e a psicologia. Este movimento, conhecido como “guinada epistemológica” da linguística, era central para fundar um novo campo de conhecimento, que não colocasse a língua, como objeto social, no campo da sociologia, nem, como objeto individual, no campo da psicologia. Para separá-la como objeto de uma nova ciência (a linguística moderna estrutural), era preciso conceber o sistema da língua autônomo em relação a estes campos, uma estrutura que não poderia ser mudada pelo indivíduo e nem de forma derivada do movimento da sociedade. O sistema deveria se mover por suas regras próprias, internas, suas leis autônomas, mesmo com funções sociais e individuais.

Este movimento inicial, sem nenhuma pretensão e involuntário marcou, a partir do lançamento do Curso, profundamente as ciências humanas. Dotou a linguística de um conceito que a projetou como ciência entre as ciências humanas e alastrou sua influência por diversos campos. História, sociologia, antropologia, psicanálise, análise do discurso, ciências da comunicação, todas sofreram o impacto da concepção estruturalista, como descobre Dosse (1993).

O marxismo não escaparia do mesmo destino, mas o caminho que leva Althusser a aproximar duas correntes de pensamento tão improváveis é através da influência de Lacan, que havia, no esteio da influência da linguística, construído o conceito de inconsciente estruturado como linguagem. “J. Lacan é justamente estruturalista:

mesmo suspeitou que seria autor do livro.

o inconsciente é a estrutura oculta sob a aparência de uma disposição consciente e lúcida de si. O inconsciente, acrescentará J. Lacan, é estruturado como uma linguagem” (LEMAIRA apud Felizola, 2009, p. 41)

Reprodução das condições de produção

“As relações de produção capitalista são as relações de exploração capitalista” (ALTHUSSER, 2008, p. 64).

O capitalismo é o sistema dominante hoje, e também no tempo de Althusser na França. A questão central que Althusser coloca é como se reproduzem as relações de produção, no dia-a-dia e de geração em geração. Nas palavras do autor: “toda formação social deve, ao mesmo tempo que produz, e para poder produzir, reproduzir as condições da sua produção”. (ALTHUSSER, 1980, p. 11). Partindo da premissa marxista de que o sistema capitalista realiza o acúmulo de capital pela exploração da mais valia, ou seja, pela expropriação, pela burguesia, de parte do valor produzido pelo trabalho, teríamos então um sistema de produção injusto, desigual, realizado por uma classe em benefício próprio, pela opressão de outra classe.

Althusser parte da reprodução das condições de produção. “Qualquer economista, que neste ponto não se distingue de qualquer capitalista, sabe que, ano após ano, é preciso prever o que deve ser substituído, o que se gasta ou se usa na produção: matéria-prima, instalações fixas (edifícios), instrumentos de produção (máquinas)” (ALTHUSSER, 1980, p. 13). Além de reproduzir a força de trabalho, seria necessário reproduzir a capacitação técnica para a realização das atividades necessárias à economia. Nesse sentido, a escola seria a responsável por treinar os

trabalhadores e garantir a manutenção a longo prazo do sistema pela formação de mais mão de obra qualificada para o trabalho, na geração seguinte, nos filhos dos operários, reproduzindo o modelo econômico ou o ampliando. Ela também apareceria como a responsável pela reprodução da divisão social do trabalho, formando de forma desigual para todas as demandas do sistema econômico. Althusser aponta o “monopólio de certos empregos (vinculados a certos ‘saberes’)” (ALTHUSSER, 2008, p. 64). Assim, médicos, professores universitários, trabalhadores simbólicos da comunicação, administradores, advogados, funcionários da burocracia média pública e privada, peões de obra, frentistas, garis e lavradores são definidos pela escola. Formado, cada um, para “a parte que lhe cabe neste latifúndio” (MELO NETO, 2000).

Reprodução das relações de produção

“As relações de produção não são relações puramente técnicas, mas relações de exploração capitalista, inscritas como tais na vida concreta da produção inteira” (ALTHUSSER, 2008, p.68)

A questão de como os papéis sociais e as relações de produção se reproduzem foi respondida insatisfatoriamente por Marx e pelo marxismo, segundo o filósofo francês. Apesar disso, seria fundamental para entender como se propaga a ideologia dominante e, compreendendo este processo, empreender o trabalho de transformar a sociedade capitalista na sua fase superior e mais desenvolvida: o socialismo.

Em “A favor de Marx” (1979, p.87), ele advoga que Marx inverteu a dialética hegeliana. A contradição fundamental da sociedade não seria de ideias, fundadoras no seu

movimento do Estado e do direito, por exemplo, mas seria uma contradição sobre determinada, alimentada por múltiplos fatores, desde as condições e relações de produção e mesmo as condições materiais mais básicas da sociedade, como o movimento da técnica. Estes fatores, manteriam um processo constante de alteração um do outro. Ou seja, a dialética não seria idealista e nem, tampouco, mecanicista, mas material e sobre determinada. Marx, neste movimento, fundaria o conceito fundamental para a conversão do seu pensamento em uma formulação marxista: a dialética materialista, responsável por abrir um novo campo de conhecimento e por converter, por fim, o pensamento de Marx em pensamento marxista.

O conceito de sobre determinação é fundamental para Althusser por alguns motivos:

a) marca a leitura que o autor faz de Marx, separando sua obra em três fases: a primeira, do jovem Marx, ainda imaturo e preso a conceitos que não eram seus, além de serem ideológicos e não científicos; a segunda, da fase de transição, quando Marx está efetivamente abandonando a filosofia hegeliana, mas ainda não chegou ao seu estágio maduro; e a terceira, quando Marx inverte a dialética hegeliana, conceitua a dialética materialista como uma dialética sobre determinada e funda, por fim, o marxismo científico. “Como veremos, essa ciência, e as ciências que derivam dela, dependem todas da descoberta sem precedentes pela qual Marx abriu ao conhecimento científico um novo “Continente”, o Continente-História. A teoria geral dessa descoberta chama-se Materialismo Histórico” (ALTHUSSER, 2008, p. 27);

b) Althusser rompe com o conceito com a dialética mecanicista de Stalin, que correspondia no plano teórico às políticas de Estado nefastas, o horror socialista, implementadas pelo governo russo sob Stalin. Era portanto uma

disputa teórica no seio da disputa pela condução do movimento internacional socialista (EVANGELISTA, 1985);

c) Permite ao autor pensar não apenas o processo de determinação em última instância da superestrutura pela infraestrutura, mas destrinchar o processo efetivo de reprodução das relações de produção. Dizer que os papéis sociais são reproduzidos como consequência das condições materiais não deixa de ser verdade, argumenta Althusser, mas mantém a teoria num nível meramente “descritivo” (ALTHUSSER, 1980, p. 28). Era preciso mostrar, como efetivamente, acontece o processo de reprodução ideológica, sob risco para o movimento socialista de, ao não entender este processo, não ter o conhecimento necessário para conduzir o processo da revolução.

Vejamos como Althusser conduz a teoria de ser meramente descritiva, como em Marx, para uma teoria efetiva como tal e na contramão do mecanicismo stalinista.

O Estado repressor

O caminho que leva Althusser a apontar para as causas múltiplas da reprodução das relações de produção e, já podemos dizer, da reprodução ideológica começa pela discussão sobre o Estado. Seguindo a tradição marxista, Althusser toma o Estado como um dos instrumentos para a realização dos projetos de classe. A burguesia precisa do Estado para realizar a opressão e a exploração do proletariado, garantir o direito à propriedade dos meios de produção e uma legislação tributária e trabalhista que lhe seja favorável, entre outras coisas. O proletariado, nas palavras de Althusser, visa o poder de Estado “destruir o aparelho de Estado burguês existente, e, numa primeira fase, substituindo por um aparelho de Estado completamente diferente, proletário, depois

em fases ulteriores, iniciar um processo radical, o da destruição do Estado” (ALTHUSSER, 1980, p. 38)

A luta revolucionária seria uma luta para tomar o poder de Estado. E este seria o objetivo de todos os partidos políticos. O poder de Estado garantiria o controle dos Aparelhos do Estado (AE), da burocracia estatal, dos servidores públicos, das organizações estatais, de toda a infinidade de recursos de que dispõe o aparato estatal. O controle do AE também garante o controle dos dois monopólios estatais: o da tributação e o da violência. Apenas o Estado pode cobrar tributos legitimamente. Fora disso, resta a máfia, o tráfico e as milícias tributando ilegalmente. Apenas o Estado também pode exercer de forma legítima a violência. E violência do Estado se manifesta no encarceramento, na expropriação da propriedade privada, no estabelecimento de multas por descumprimento da lei ou na suspensão de direitos. Todos estes procedimentos violentos só se justificam quando precedidos de julgamento, com direito a ampla defesa. Ou seja, pela condenação dentro dos princípios do Estado de Direito. Ou, por outro lado, por aplicação administrativa de pena, respeitada a burocracia do Estado e, mais uma vez, com direito à ampla defesa. Claro, nas sociedades democráticas. Regimes de exceção suspendem o Estado de Direito e exercem a violência de forma ilegítima e criminoso.

Evidentemente, a própria burocracia e o Estado de Direito são partes do Aparelho de Estado e estão em disputa pelos partidos e pelas classes políticas. O que garante, por outro lado, a aplicação da violência é a existência de um aparato repressor, que Althusser chama de Aparelhos Repressores de Estado (ARE), como o sistema judiciário, a polícia, o sistema prisional e o exército. Primeira conclusão inevitável: os ARE não existem para garantir a ordem, a equidade entre os cidadãos, mas para proteger a classe que controla o Estado, suas leis, sua propriedade.

Aparelhos Ideológicos de Estado

Neste ponto, Althusser descortina a sua descoberta: os Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE). O autor não conceitua o que são os AIE no texto clássico que lançou o conceito, mas aponta uma lista empírica de instituições sociais que reproduzem modelos dominantes de representação do mundo. São eles: o AIE escola (escolas públicas e privadas), AIE familiar, o AIE jurídico, o AIE político (sistema político que inclui todos os partidos), o AIE sindical, o AIE da informação (imprensa, rádio e televisão), AIE cultural (Letras, Belas Artes, desportos, etc.) (ALTHUSSER, 1980, p. 44; 2008, p. 102). Apesar da lista ser empírica e não conceitual, todos eles atuam pela propagação de um conjunto de valores e conhecimentos nos quais as pessoas devem acreditar e praticar seus ritos.

Em “Sobre a Reprodução”, livro lançado em 2008 com as anotações mais extensas que serviram de base para o ensaio Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado, Althusser conceitua os AIE.

Um Aparelho Ideológico de Estado é um sistema de instituições, organizações e práticas correspondentes, definidas. Nas instituições, organizações e práticas deste sistema é realizada toda Ideologia de Estado ou uma parte dessa ideologia (em geral, uma combinação típica de certos elementos) (ALTHUSSER, 2008, p. 104).

Os AIE realizam, de forma específica, a ideologia geral do Estado. Reproduzem, assim, as relações de produção dominantes, com práticas específicas e um conjunto de ideias que é própria de cada um dos aparelhos.

Sem aprofundarmos ainda o conceito de ideologia, detenhamo-nos, por enquanto, sobre o processo de funcionamento e natureza do AIE. Cada Aparelho é responsável

por reproduzir um conjunto de representações e de práticas específicas. O aparelho cultural, por exemplo, comporta, como um sistema, a estrutura de shows, museus, salas de cinema, linguagens, vertentes culturais, obras e apresentações, etc. Dentre eles, se incluem os grandes espetáculos futebolísticos. Há um grau relativo na nossa liberdade de escolha sobre o time para quem vamos torcer. Bem relativo na verdade, porque na maioria das vezes não escolhemos o time para quem torcemos. A escolha antecede e é feita e reproduzida por dois aparelhos: o familiar e o cultural. Liberdade relativa de escolha, a escolha de não torcer, por outro lado, é quase impossível. Da mesma forma, é difícil não escolher, desde o princípio, uma religião. E mais uma vez, normalmente não somos nós que escolhemos.

Se o conjunto de times e o conjunto de igrejas e religiões fazem parte de um sistema, como Althusser concebe os AIE, nossa liberdade relativa de escolha é praticamente ausência de liberdade para não escolher. Somos constituídos, escolhidos pelo aparelho até mesmo antes de nascermos. Além de aceitar seus valores, aceitamos suas práticas. Diante do altar, ajoelhamos, baixamos a cabeça, cantamos, todos juntos, todos iguais. Não somos nós, mas é o aparelho que fala em nós. Ajoelhamos sobre um tapete e baixamos a cabeça, viramos para a Meca. Mais uma vez, o aparelho fala em nós e nas nossas práticas. Vestimos uniformes, portamos bandeiras, gritamos eufóricos, e cantamos, em uníssono, o hino sagrado do nosso time. Não somos nós, mais uma vez. É o aparelho que nos prescreve valores e práticas.

Para o autor, em toda parte, disseminados, eles nos condicionam, nos moldam, nos constituem, mas não de forma dispersa. Os aparelhos realizam ideologias específicas, cada um com seus próprios valores e práticas, distintas entre si, mas orquestradas por uma mesma partitura: a ideologia do Estado. E o Estado é burguês e opressor.

A distinção entre ideologia geral e ideologias específicas, bem como a noção sistêmica dos AIE e a materialidade da ideologia também estão em “Sobre a reprodução”, mas deixemos para adiante. Alguns AIE têm mais de uma função, como o familiar, onde se reproduzem também as condições de produção, e o jurídico, que pertence também ao aparato de repressão do Estado.

De qualquer forma, o caráter multifacetado de alguns aparelhos, isso indiferente diante do objetivo final do conjunto de aparelhos, ideológicos e repressor. Todos que contribuem para a manutenção do modo de produção dominante, operariam a favor da exploração burguesa. Atuam, todos pela violência e pela ideologia, mas de forma diferenciada.

Todos os Aparelhos de Estado funcionam, simultaneamente, por meio da repressão e por meio da ideologia, com esta diferença: o Aparelho repressor de Estado funciona de maneira maciça e predominante por meio da repressão, enquanto os Aparelhos ideológicos de Estado funcionam de maneira maciça e predominante por meio da ideologia – com todos matizes necessários em cada caso (ALTHUSSER, 2008, p. 163).

Repressores ou ideológicos, todos os aparelhos atuam para um mesmo fim. Evidentemente, o ARE atua de forma unificada, centralizado pelo alto, pelo poder administrativo de quem detém o poder de Estado. Os AIE são mais fragmentados e, por isso, de controle indireto mais complexo.

Relação com a ciência estruturalista

É no momento de definição dos AIE, que toda a discussão muito arraigada no pensamento marxista começa a se aproximar do estruturalismo. Althusser acreditava, num momento

em que o estruturalismo ainda resguardava boa parte da sua influência, construída a partir dos anos 1950, que o conceito de estrutura lhe proveria a cientificidade necessária para compreender o processo de reprodução das relações de produção.

O ensaio *Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado* foi lançado em 1970, ainda sob forte influência do legado estrutural de Ferdinand de Saussure (2006), Claude Lèvi-Strauss (2008) e Jacques Lacan (FELIZOLA, 2009; EVANGELISTA in ALTHUSSER, 1985). Incorpora, sobretudo pela influência de Lacan, a concepção estrutural, linguística e psicanalítica, em diversos momentos do texto.

A aproximação com a psicanálise era evidente e assumida, mas difícil, construída nos embates teóricos dentro da seara marxista. Althusser busca resgatar Lacan, não apenas teoricamente. Vários aspectos convergem nesta aproximação. Althusser tenta resgatar o marxismo e dotá-lo de maior cientificidade. Vê em Marx e Freud dois inauguradores de objetos científicos novos e fundamentais: a dialética materialista e o inconsciente. Rompe assim com o dogmatismo acientífico e opressor do stalinismo. Hoje, seria fácil concordar com Althusser. Nos anos 1950 e 1960, era preciso ser competente teoricamente, ousado e corajoso para empreender tal ação política e teórica.

Em *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado*, ele concebe o conjunto de AIE como uma estrutura. Nela, o sujeito não tem autonomia. Ele usa o sistema ou, em outros termos, é pego por ele, é definido ideologicamente por ele, de fora, mas com reflexos claros na sua subjetividade. Acreditar no ser humano por necessidade de acreditar nele não é ciência. Proceder assim só poderia levar a um destino: o fracasso do projeto socialista. Althusser é estrutural e anti-humanista. Isso nos leva aos últimos conceitos relevantes: ideologia, sujeito e interpelação.

Ideologia, sujeito e interpelação

Ideologia, sujeito e interpelação são conceitos imbricados: um depende do outro para ser compreendido. Althusser lança duas teses para explicar o conceito de ideologia

“Tese I: a ideologia representa a relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência.” (ALTHUSSER, 2008, p. 203).

Cada ser humano representaria para si, na sua consciência (e no inconsciente), simbolicamente, o seu papel no mundo e o dos outros. Esta representação o impõe atividades materiais relativas ao seu papel no mundo. Desde manhã, um professor se prepara, toma banho, se barbeia, pega seus livros, faz anotações e se dirige ao trabalho, onde se coloca frente a uma sala de aula. Os alunos fazem o mesmo. Acordam, se preparam e se dirigem à escola, este aparelho fabuloso, onde se colocam diante de um professor. Cada um, nas escolhas (roupas, barba feita, postura) se comportam conforme prescreve a representação que ele faz de si e do outro. Ambos esperam determinado comportamento e se comportam conforme o que julgam ser o comportamento adequado. Representamos nosso papel no mundo e também o dos outros. A ideologia não é mera fantasmagoria, como uma certa leitura de Marx deixaria entrever. Por mais que estas representações sejam mitificadas, elas organizariam nossa relação com nossas condições reais de existência.

“Tese II: a ideologia tem uma existência material” (ALTHUSSER, 2008, p 206)

Decorrencia da primeira, nossos papéis nos prescrevem ações, que se manifestam no mundo. O professor se mantém em pé diante da sala, faz gestos, escreve no quadro, fala enquanto escreve, se dirige aos alunos e reproduz um

comportamento que, efetivamente, não seria seu. Seria do Aparelho. Os alunos fazem o mesmo, do outro lado da relação. Em cada Aparelho, tanto um quanto o outro vão se comportar conforme os papéis e gestos que os aparelhos prescrevem. A ideologia existe no sujeito e fora dele.

Isto nos leva ao segundo conceito: o sujeito. Partamos da seguinte afirmação de Althusser: “A categoria sujeito é constitutiva de toda ideologia, mas ao mesmo tempo e imediatamente acrescentamos *que a categoria de sujeito só é constitutiva de toda a ideologia na medida em que toda a ideologia tem por função (que a define) «constituir» os indivíduos concretos em sujeitos*” (ALTHUSSER, 1980, p. 94). Oras, temos três conceitos: ideologia, sujeito e indivíduo. Althusser explica que não existem indivíduos, porque desde antes de nascer os aparelhos ideológicos nos definem. Recebemos um nome, um lugar, uma nacionalidade muito antes de vermos o mundo. Mas se indivíduos não existem para que serve o conceito: exatamente para, em oposição, mostrar o conceito de sujeito. O indivíduo seria como Kaspar Hauser⁴, o personagem fabuloso de Werner Herzog. Alguém desprovido de qualquer definição social, sem nome, sem linguagem, sem nacionalidade, sem time, sem religião, sem classe social, sem tendência política, absolutamente nada exceto uma unidade biológica. Não poderia, naturalmente, nem ter contato com a sociedade, porque ela o constituiria como sujeito e lhe daria, rapidamente, um lugar no mundo. Kaspar Hauser é uma abstração, tal qual o conceito de indivíduo. Serve apenas para Althusser demonstrar que não é possível haver indivíduos, que todos somos sujeitos, desde sempre. A ideologia, este conjunto de representações sociais, nos definiria desde sempre. Portanto, não há como

4. Ver atividade 2, proposta no final do capítulo.

fugir dela. Tampouco há como interferir nela. Tal qual no sistema linguístico de Saussure, a primeira estrutura a ser conceituada como tal, não temos liberdade alguma para escolher nosso lugar no mundo.

Sujeito é palavra difícil, polissêmica, com dois sentidos muitos claros e, incrivelmente, contrários. Sujeito é aquele que realiza uma ação, é o protagonista, o “sujeito de história”. Mas sujeito também é aquele que está submetido, sem nenhuma autonomia, alguém “sujeito a outro alguém”. Estes dois sentidos compõem o pensamento de Althusser.

O sujeito estaria morto, em Althusser e em todo estruturalismo. Somos sujeitos no segundo sentido: assujeitados. Para o filósofo, os AIE é que são o sujeito com “S” maiúsculo. Seríamos sujeitos com “s” minúsculo. Viveríamos na ideologia e a ideologia viveria em nós. A relação entre ideologia e sujeito, ou melhor a forma como a ideologia converte os indivíduos em sujeitos desde sempre é o que Althusser chama de interpelação.

A ideologia existe em aparelhos e nas práticas próprias desses aparelhos. É nesse sentido que tivemos a ocasião de dizer que os AIE concretizam, no dispositivo material de cada um deles e nas suas práticas, uma ideologia que lhe era exterior que designamos por ideologia primária e que, agora, podemos chamar por seu nome: ideologia de Estado, unidade dos temas ideológicos essenciais da classe dominante ou das classes dominantes. (ALTHUSSER, 2008, p. 179)

Em resumo, Althusser aponta as finalidades da ideologia:

1) Interpelação dos indivíduos como sujeito; 2) o reconhecimento mútuo entre os sujeitos e o Sujeito, e entre os próprios sujeitos, e o reconhecimento do sujeito por si mesmo, e 3) a garantia absoluta que tudo está bem assim (ALTHUSSER, 2008, p. 219)

Por fim, o último detalhe. Althusser afirma que a ideologia não tem história, afirmação que parece, à primeira vista, contrária ao próprio marxismo. Mas Althusser não se refere ao conteúdo simbólico das ideologias. Este, é claro, muda ao longo do tempo. Mas o funcionamento da ideologia, em si, seria imutável. Este processo não emergiu em certo momento da história. Desde sempre, desde todos os tempos da humanidade que reconhecemos como história, a ideologia interpela indivíduos como sujeitos.

A ideologia externa se concretiza no nosso inconsciente, este também simbólico e estruturado, conforme define Lacan. E o funcionamento do inconsciente não muda. Esta estrutura não tem tempo, nem lugar. Ele sempre funcionou assim. Em paralelo, ideologia sempre funcionou assim, na medida em que define sujeito, define inconscientes.

Por tudo isso, a psicanálise é imprescindível para Althusser. Ela dota o marxismo de um conceito de sujeito que permite demonstrar o funcionamento da ideologia e aprofundar a teoria meramente descritiva, que aponta a causa e efeito, mas não como, da “determinação em última instância pela infraestrutura”.

Ponto de vista dos alunos

Para observar de qual forma os estudantes conseguem observar a presença da teoria de Althusser no cotidiano, realizamos entrevistas com estudantes de graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Boa parte dos grupos pesquisados não relacionava com suas vidas os estudos sobre os Aparelhos Ideológicos ou os Aparelhos Repressores. Entretanto, alguns depoimentos se destacaram.

A formanda em Jornalismo, Olivia Baldissera comenta que teve contato com o assunto na disciplina Teoria da Comunicação II, no segundo ano do curso. Para ela:

Pelo menos cinco AIEs estão fortemente presentes no meu dia a dia. Tenho uma forte ligação com minha família, sou católica e estudante e consumo conteúdo dos meios de comunicação. Todos eles cumprem o papel de reprodução, ao instigar a ideia de que “devo vencer na vida”, “conseguir um bom trabalho”, tudo para manter o *status quo* e a ordem vigente da sociedade. Isso é feito de maneira inconsciente pelos envolvidos e está presente em todas as classes. (BALDISSERA, 2013)

No depoimento, destaca-se o papel da estrutura base do indivíduo – a família – na reprodução do *status quo* desejado pelo segmento social ao qual pertence. A futura jornalista aponta, também, os ciclos que se complementam ao se tratar de família, escola e religião.

Os AIEs se complementam e cumprem os papéis uns dos outros, ao fazer menção entre si. Um exemplo pessoal é o AIE familiar mencionar o AIE religioso e o escolar. Na minha família, a religião é vista como algo positivo e nós, as filhas, somos estimuladas a praticá-la. A escola também, meus pais valorizam a educação e nos estimulam a investir nessa área. E os AIEs religioso e escolar também valorizam a família. É um ciclo, os três contribuem para que o indivíduo conviva em todos os aparelhos, cada um reforçando o papel do outro. (BALDISSERA, 2013)

Neste trecho podemos observar o conceito de ‘supradeterminação’ ou seja, a estrutura precede o indivíduo e o perpassa. “Para Althusser, o conceito de Marx

do modo de produção não pode ser lido a partir do nível de consciência ou de ideologia. Pelo contrário, como fenômeno estrutural ele só pode existir em uma maneira supradeterminada mediante a formação social em questão” (LETICHE, 2002, p.53). Na continuação da fala de Baldissera também é possível perceber as contradições do sistema a que Althusser se referia.

Um AIE interessante é o escolar. Nas escolas que frequentei, os professores nos incitavam a sermos críticos, a questionarmos o “sistema”. Parece algo contraditório, porque a escola também cumpre o papel de reprodução do sistema. Não sei até que ponto é efetivo esse ensinamento, pois ao chegarmos à vida adulta o sistema se impõe: temos que conseguir emprego para nos sustentarmos e sustentar uma família, para realizarmos desejos de consumo. E assim passamos a contribuir para a reprodução as condições de produção. (BALDISSERA, 2013)

Para Althusser, “contradições no sistema são supradeterminadas. Elas não são imediatamente visíveis, mas devem ser analisadas, ou seja, tornadas visíveis pela ciência.” (LETICHE, 2002, p. 53). Partindo desse pressuposto, esse último trecho do depoimento de Baldissera, leva a uma das atividades que propomos para serem realizadas em sala de aula, conforme o tópico a seguir.

Em sala de aula

Entre as atividades que podem ser aplicadas em sala de aula, sugerimos as que gerem debates e favoreçam a análise da sociedade.

Atividade 1:

Observe os quadrinhos abaixo com a personagem Mafalda e compare com o comercial “Neura” da marca Veja, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=uP8yacNSE9c>. Como podemos observar a reprodução do papel social das mulheres representado nesses exemplos?



Atividade 2:

Exibir um trecho do filme *O Enigma de Kaspar Hauser* (1974) do diretor alemão Werner Herzog. A partir da exibição e da leitura do capítulo “Os Aparelhos Ideológicos do Estado” (livro *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*, p. 41-52) debater as diferenças entre sujeito e indivíduo.

Atividade 3:

Solicitar uma pesquisa em textos escolares que possam exemplificar os sistemas de reprodução ideológica propagado nas escolas. Buscar exemplos referentes aos modelos de famílias e contrapor com a realidade dos alunos. Nas escolas que estudaram, havia contradição entre buscar questionamentos e, ao mesmo tempo, manter o sistema? Como?

Balanco das críticas e revisão

Althusser quis prover subsídios para a mudança, mas, de certa forma, o resultado oscila em um pêndulo entre o estruturalismo e o marxismo. De um lado, a permanência como objeto; do outro, a transformação como projeto. O resultado, usualmente, não é a instrumentalização da luta revolucionária centrada nas potencialidades do ser humano de dirigir seus destinos, ainda que de forma relativa, como afirma Marx em 18 Brumário: “Os homens fazem a sua história; contudo, não a fazem de livre e espontânea vontade, pois não são eles quem escolhem as circunstâncias sob as quais ela é feita, mas estas lhes foram transmitidas assim como se encontram” (in SADER; JINGINGS, 2012, p. 59)

Como em outros campos, o estruturalismo em Althusser reduz drasticamente o papel do sujeito. Em Lévi-Strauss (2008), a estrutura explica as relações sociais. Na história, o estruturalismo aponta para a longa duração, para a permanência no tempo dilatado (DOSSE, ANO). Na Análise do Discurso Francesa – a AD – fortemente influenciada por Althusser, o sujeito é dito pelo discurso, não o senhor dele. Acreditar que é o autor do que diz é um efeito ideológico do discurso, que permite que ele funcione melhor, poder que não se percebe e, assim, contra o qual não nos rebelamos (PÊCHEUX, in GADET e HAK, 1993).

Não foi diferente em Althusser, que teve que responder às críticas desde o início.

A crítica que mais frequentemente tem sido dirigida contra meu ensaio de 1969-1970 sobre os AIE foi de ‘funcionalismo’. No meu esboço teórico, quiseram ver uma tentativa para retornar, em nome do marxismo, uma interpretação que definisse os órgãos unicamente por suas funções imediatas, imobilizando, desse modo, a sociedade no interior de certas instituições ideológicas, encarregadas de exercer funções de submetimento: no limite, uma interpretação não dialética, cuja lógica mais profunda excluísse qualquer possibilidade de luta de classe (ALTHUSSER, 2008, p. 239).

Althusser nega e aponta que a luta de classes é base de todo o seu pensamento, mas perdura a inexorável desesperança oriunda do seu pensamento. Além disso, se vê em situação delicada para explicar o processo de transformação, pois se os aparelhos nos definem desde sempre como vamos pensar de forma diferente?

Tanto aquele que escreve estas linhas, quanto o leitor que as lê, são eles mesmos sujeitos, portanto, sujeitos ideológicos (proposição em si mesma tautológica), isto é, o autor como o leitor destas linhas vivem ‘espontaneamente’ ou ‘naturalmente’ na ideologia, no sentido de que dissemos que ‘o homem é, por natureza, um animal ideológico’ (ALTHUSSER, 2008, p. 210)

Mas seu discurso se pretende científico, ele é um sujeito da ciência, mas assujeitado de qualquer forma. Althusser reconhece a contradição, mas não a discute: “Trata-se de uma questão que, por enquanto, deixaremos de lado”.

(ALTHUSSER, 2008, p. 210) Mas é questão central e ponto frágil do estruturalismo. Se o sujeito é, necessariamente, sujeito ideológico e fora disso só existem indivíduos, uma abstração conceitual que serve apenas para entender o conceito de sujeito, como romper com a ideologia, acima e superior aos sujeitos?

No fim, mesmo com imprecisões conceituais como a afirmação de uma homogeneidade ideológica, Althusser incomoda. Como todo estruturalismo, ele relativizou definitivamente o humanismo e a autonomia do sujeito. É possível contradizê-lo. Jamais ignorá-lo. Nem lhe lançar a acusação de dogmatismo.

Sem ignorá-lo, devemos, como ele ensina, pensar por nós mesmos:

Última ‘advertência’, se posso falar assim: nada do que será afirmado deverá ser considerado, seja qual for o motivo, como ‘palavra de evangelho’. Marx exigia de seus leitores que ‘pensassem por si mesmo’. Essa regra é válida para todos os leitores, seja qual for a qualidade do texto que lhe seja proposto.” (ALTHUSSER, 2008, p. 30)

Assim, é preciso reconhecer o poder da crítica althusseriana, mas revisá-la. Althusser via na dupla “família e escola” os Aparelhos mais importantes. “Nesse concerto, um AIE desempenha efetivamente o papel dominante, embora ninguém ou quase ninguém preste atenção à sua música, tão silenciosa ela é! Trata-se da escola” (ALTHUSSER, 2008, p. 168). No entanto, ele escreveu seu texto há mais de 40 anos. Hoje, é preciso, no mínimo, reavaliar o peso dos aparelhos. A família e a escola perderam espaço, apesar de continuarem importantes. Entretanto, não podemos ignorar que o papel de reprodução de valores, comportamentos, crenças, estilos, relações identitárias tem sido crescentemente assumido pelos meios de comunicação.

O AIE da informação foi, desde os anos 1970, o que mais cresceu em sua relevância. Mais longe ainda, o AIE comunicacional transforma os outros AIE's. A política é comunicação; a educação é comunicação; a religião é comunicação. O aparelho midiático media os demais e assim submete a lógica dos outros à sua.

Por outro lado, os movimentos que emergem a partir dos anos 1960 impõem que a crítica da reprodução ideológica transcenda as relações de classe e inclua também questões de gênero, geracionais, étnica, entre outros. Em todos eles, mais uma vez é a comunicação que atua, hoje, como uma das formas mais poderosas de conformação dos sujeitos ao mundo como ele existe atualmente, como um presente eterno, como algo que nunca poderá ser mudado, que sempre foi assim e sempre será.

A reprodução é a negação da mudança. Então, com base em Althusser, pensando de forma heterodoxa (SÁBATO, 1993) como ele próprio fez com Marx, é imperativo reconhecer que os meios de comunicação são poderosas armas contra qualquer mundo possível diferente deste. É preciso reconhecer que a comunicação luta contra os mundos possíveis, mas assumir isto como compreensão crítica, não como condição dada e inevitável. Althusser nos conduz a isso, mas olhemos antes para o projeto que ele quis instrumentalizar: a compreensão crítica seria a ferramenta para a mudança. Há outros mundos, no futuro, além deste. O presente não é eterno.

Referências

ALTHUSSER, Louis. **Sobre a reprodução**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

- ALTHUSSER, Louis. **Freud e Lacan. Marx e Freud.** Rio de Janeiro, RJ: Edições Graal, 1985.
- ALTHUSSER, Louis. **O futuro dura muito tempo; seguido de Os fatos.** São Paulo, SP: Companhia da Letras, 1992.
- ALTHUSSER, Louis. **A favor de Marx.** Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- ANDERSON, Perry. **Considerações sobre o marxismo ocidental.** São Paulo, SP: Editora Movimento, 1989.
- BACHELARD, Gaston. **A epistemologia.** Lisboa: Edições 70, 1971.
- CAFIERO, Carlo. **Compêndio de O capital.** São Paulo, SP: Editora Centauro, 2008.
- DOSSE, François. **História do estruturalismo.** São Paulo; Campinas: Ensaio; Ed. da Unicamp, 1993.
- DOSSE, François. **A história à prova do tempo: Da história em migalhas ao resgate do sentido.** São Paulo: Editora Unesp, 2001.
- DUARTE RODRIGUES, Adriano. **Experiência, modernidade e campo dos media.** Lisboa, 1999, in <http://www.bocc.ubi.pt>, consultado em 10 de março de 2013.
- DURKHEIM, Emile. **Da divisão do trabalho social.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- DUARTE RODRIGUES, Adriano. **Experiência, modernidade e campo dos media.** Lisboa, 1999, in <http://www.bocc.ubi.pt>, consultado em 10 de março de 2013.
- FELIZOLA, Maria Cristina Merlin. **Lacan e o estruturalismo.** São Carlos: UFSCar, 2009.

GADET, F E HAK, T. (orgs.). **Por uma análise automática do discurso: Uma introdução à Obra de Michel Pêcheux**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1993.

LETCHE, John. **50 pensadores contemporâneos essenciais: do estruturalismo à pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MANDEL, Ernest. **Introdução ao marxismo**. Porto Alegre, RS: Editora Movimento, 1978.

MELO NETO, João Cabral. **Morte e Vida Severina e outros poemas para vozes**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PANKE, Luciana. **Lula do sindicalismo à reeleição: um caso de comunicação política e discurso**. Guarapuava: Unicentro, São Paulo: Horizonte, 2010.

SÁBATO, Ernesto. **Heterodoxia**. Campinas, SP: Papi-rus, 1993.

SADER, Emir, JINKINGS, Ivana. **As armas da crítica: antologia do pensamento de esquerda**. São Paulo, SP: Boitempo, 2012.

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

SPENCER, Dan. **Estruturalismo e antropologia**. São Paulo: Cultrix, 1968.

Universidade de Stanford (Comp.). Stanford Encyclopedia of Philosophy. Disponível em: <<http://plato.stanford.edu/entries/althusser/>>. Acesso em: 15 mar. 2013.

5.

Da Cibernética à Teoria do Caos

IVAN CARLO ANDRADE DE OLIVEIRA¹

Introdução

A cibernética, embora esteja, hoje em dia, mais associada à informática, surgiu como uma ciência que se interessava em pesquisar o processo de comunicação homem-homem, máquina-máquina e homem-máquina através de uma visão complexa, que relacionasse as partes com o todo. Os fenômenos eram vistos como processos de comunicação.

Essa visão agregou ao redor de si vários paradigmas: a teoria dos sistemas, a teoria da informação, a teoria do pensamento complexo, de Edgar Morin.

Além disso, o conceito de feedback, surgido no seio dos estudos cibernéticos, teve influência, inclusive, na teoria dialógica de Paulo Freire.

1. Mestre em Comunicação – professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá.

A teoria do caos surge na década de 1960 na área de ciências exatas, da natureza e econômicas, utilizando conceitos da cibernética nessas áreas. Hoje, alguns autores trazem a contribuição da teoria do caos para os estudos da comunicação.

O objetivo deste artigo é resgatar a história e os conceitos da cibernética, relacionando-os à teoria do caos.

O surgimento da cibernética

No final da década de 30, um grupo de cientistas dos mais variados campos do conhecimento se reunia na cidade de Boston para discutir assuntos científicos. Havia psicólogos, biólogos, matemáticos, físicos, filósofos, neurologistas e engenheiros, todos preocupados com a especialização cada vez maior dos cientistas.

Entre eles, um se destacava: Nobert Wiener, professor do Massachusetts Institute of Technology.

Wiener era uma inteligência enciclopédica. Aos 18 meses ele já aprendera a ler. Aos sete anos já estava familiarizado com a teoria da evolução, de Charles Darwin, que iria influenciar toda a sua obra. Aos 14 anos se licenciou em ciência. Aos 18 já havia terminado o doutorado.

Sua maior preocupação era a especialização excessiva que estava dominando a ciência. “Cada um tem grande tendência a considerar o tema vizinho como pertencente, com exclusividade, ao seu colega da terceira porta à direita do corredor” (WEINER apud OLIVEIRA, 2010, p. 8).

A proposta era quebrar com o método cartesiano de separar o problema em partes para analisá-lo. Assim, nessa nova perspectiva, analisava-se as partes na sua relação com o todo.

A palavra encontrada para denominar esse novo paradigma foi cibernética.

“Cibernética” vem do grego. Entre eles, no princípio, servia para designar aquele saber que permite ao piloto conduzir adequadamente sua embarcação – a técnica da pilotagem. Depois, Platão enriqueceu seu significado empregando-a para indicar a atividade de reger, não só o rumo dos barcos, mas o destino dos homens todos numa sociedade – a arte de governar. (BENNATON, 1984, p. 11)

A palavra foi usada por James Maxwell para se referir a artefatos de controle de máquinas num artigo de 1886.

A escolha do nome era tanto uma homenagem a Maxwell quanto uma tentativa de representar uma ciência que estudasse homens, animais e máquinas como um todo, sob a ótica do controle.

A metáfora com a navegação também era bem-vinda. Afinal, ao realizar uma viagem, “o piloto deve corrigir o rumo, que é afetado pelos ventos e correntes marítimas, ou seja, a cada momento decide por modificações no timão, nas velas e remos, que compensarão os desvios produzidos” (EPSTEIN, 1986, p. 8). A atividade do piloto antecipava a importância que a retroação (feedback) teria nos estudos cibernéticos.

Segundo Bennaton (1984, p. 12), “À cibernética interessa o modo de se comportar dos organismos e das máquinas [...] ela pinça sempre dois aspectos primordiais: o trânsito de informação e os esquemas de controle existentes”.

Issac Epstein (1986, p. 9) adverte que esse controle não é necessariamente algo positivo: “As sociedades não têm alvos claros e aceitos por consenso. O equilíbrio e a homeostase podem estar a serviço de sistemas autoritários e iníquos. Às vezes até do genocídio”.

Exemplo disso foi o uso de equipamentos IBM para identificar judeus no período do nazismo. Nesses casos, o autor sugere uma anticibernética, a exemplo do que fazem os ciberpunks.

Feedback

A cibernética encontrou na II Guerra Mundial a oportunidade de colocar seus preceitos em prática.

Um dos problemas era desenvolver um sistema de ataque antiaéreo para fazer frente aos bombardeios nazistas à Inglaterra.

Como o piloto desviava o avião dos tiros, o problema envolvia física, matemática, psicologia e biologia (a curvatura seria limitada pela resistência fisiológica do piloto). “Era um problema cibernético em sua essência. E só um grupo de pesquisadores de várias áreas trabalhando em conjunto poderia solucioná-lo”. (OLIVEIRA, 2010, p. 9)

A resposta foi encontrada no feedback, ou retroalimentação.

A ideia de feedback é muito antiga. Hipócrates já havia formulado a hipótese de que existem mecanismos no corpo humano que tendem a se opor às patologias.

A cibernética estudou a fundo o feedback, estendendo-o a todas as áreas do conhecimento. Segundo D’Azevedo (1972, p. 35), a vida começou quando surgiu o primeiro mecanismo de feedback: “Realmente, o que de mais fundamental e importante encontramos naquilo que chamamos de organismo vivo é a sua capacidade de autorregulação, de realimentação, que a complexidade de organização dos elementos competentes do organismo manifesta”.

A temperatura do corpo humano, por exemplo, é regulada por um mecanismo de controle que usa o feedback. O ar-condicionado, que se desliga quando a temperatura chega ao ideal e liga quando ela aumenta, é outro exemplo do uso do feedback. Ambos são exemplos de mecanismos reguladores que levam o sistema a uma situação de homeostase (equilíbrio).

Até um ato simples, como pegar um objeto, só é possível graças ao feedback:

Os feed-backs dominam todos os nossos movimentos. A eles é que se deve o milagre que ajusta harmoniosamente nossos gestos a seu alvo. Se quero pegar uma agulha que está sobre a mesa, como agem meu braço, minha mão e meus dedos? [...] Meu gesto para pegar a agulha se desenvolve harmonioso, preciso. Em certos doentes, porém, o movimento é inábil, incerto e acabará em tremores: “tremores intencionais”. Em outros doentes os gestos, mais largamente descontrolados, demonstram que o cérebro não está sendo informado sobre a posição dos membros: “ataxia”. Ora, no primeiro caso há perturbações no cerebelo; no segundo, perturbações nas fibras ascendentes da medula. Daí a conclusão de que estas afecções cortaram os circuitos retroativos de regulação através dos quais os membros enviam informações ao cérebro. (LATIL, 1968, p. 114)

Epstein (1986, p. 34) explica que “o sistema dispõe de dispositivos de retroação quando produz uma ação em resposta à entrada de informação e inclui o resultado da própria ação na nova informação pela qual seu comportamento ulterior é modificado”.

Na área da comunicação, o conceito de feedback quebrou com a ideia de um processo linear, que envolvia apenas a codificação, a transmissão e a decodificação da mensagem.

Segundo Bordenave (1986, p. 23),

Ao mesmo tempo em que uma pessoa está emitindo mensagens, ela se mantém em contínuo contato perceptivo com o meio ambiente global que a envolve e, por conseguinte, a elaboração da mensagem recebe constantemente uma realimentação que pode influenciar o processo decisivamente.

Um exemplo é um palestrante diante de uma plateia. Ele está não só emitindo informações, mas recebendo informações (olhares de interesse, bocejos etc.), que lhe permitem mudar sua estratégia comunicacional, tornando o discurso interessante para os receptores. Grandes vendedores percebem até mesmo o ritmo de respiração dos compradores e ajustam sua fala a essas informações.

Nessa concepção, o receptor nunca é um elemento passivo. Ele sempre deve responder à emissão, mesmo que seja por outro canal ou com outro código. Se, por exemplo, chamo um cachorro e ele se aproxima, estabeleceu-se a comunicação. Seu feedback pode ser negativo (ele pode, por exemplo rosnar, agressivo), mas ainda assim houve a comunicação. Casos de ruído (o cachorro é surdo, por exemplo) podem impedir o feedback, fazendo com que a comunicação não se estabeleça.

Em alguns casos, o feedback negativo, também chamado de autorregulador, pode ser o ideal. Uma pessoa que emite uma mensagem agressiva, mas recebe uma resposta tranquila é um exemplo de feedback autorregulador, pois uma resposta igualmente agressiva, autoamplificadora, tiraria o sistema do seu estado de homeostase, resultando possivelmente em um conflito físico.

Ao quebrar com a ideia de uma comunicação de sentido único, a cibernética abriu caminho para toda uma área de estudos comunicacionais, influenciando inclusive a teoria dialógica de Paulo Freire.

Informação

Parte essencial da cibernética, o estudo da informação foi consagrado pela Teoria da Informação (T.I). Criada pelo matemático norte-americano Claude Shannon para

resolver problemas técnicos de transmissão de informações em linha telefônicas, suas conclusões influenciaram decisivamente os estudos da comunicação.

O problema na época era como permitir um fluxo maior de informações. Shannon mostrou que cada canal tem uma velocidade e uma quantidade limite de informações transmitidas. A partir de um certo ponto, a mensagem começa a ser dominada por ruídos que prejudicam a recepção.

Shannon definiu a informação como “uma redução da incerteza, oferecida quando se obtém resposta a uma pergunta”. (apud EPSTEIN, 1986, p. 35)

Assim, quanto maior a incerteza, maior a quantidade de informação quando se recebe uma mensagem.

Oliveira (2010) apresenta como exemplo uma campanha com dois candidatos, A e B, disputando uma eleição. Ao ligar o rádio e obter a mensagem “O Vencedor foi A ou B”, a mensagem foi totalmente redundante, pois o ouvinte já sabe que o vencedor foi um dos dois concorrentes.

A mensagem “A venceu” seria informação, pois diminui a incerteza do receptor.

Entretanto, só há informação quando ocorre variedade de possibilidades. Quanto maior a quantidade de respostas possíveis, maior a quantidade de informação.

Se a eleição tiver um único concorrente, digamos A, a mensagem “A venceu” não teria qualquer informação.

Por outro lado, se houvessem três candidatos com chance real de se eleger, a mensagem “A venceu” seria mais informativa.

Quanto maior a quantidade de possibilidades, maior a dúvida e, portanto, maior a quantidade de informação da mensagem.

Da mesma forma, quanto mais improvável a mensagem, maior a sua carga de informação. A notícia “Os candidatos A, B e C empataram” traz uma alta carga de informação justamente pela improbabilidade. Os jornalistas sabem disso tão bem que sempre dedicam espaço na cobertura de

eleições para cidades em que candidatos tenham empatado, por mais insignificantes que essas cidades sejam.

A ideia de informação está sempre ligada a algo diferente, improvável, fora do normal.

A informação pode ser transportada, armazenada e traduzida.

Na maioria das vezes em que estabelecemos uma comunicação, estamos transportando informação e esse transporte pressupõe a existência de um canal. Imagine-se que eu queira transmitir uma informação a um amigo. Posso usar uma grande variedade de canais. Posso, por exemplo, procurá-lo pessoalmente e transportar a informação via ondas sonoras. Posso telefonar, mandar uma carta, um e-mail ou uma mensagem no Facebook. Cada canal tem o seu custo de transmissão de mensagens. Um canal com maior ruído exige um reforço na mensagem, aumentando a redundância e, portanto, o custo da mensagem. As rádios AM, por exemplo, são dominadas pelo ruído, razão pela qual seus locutores costumam ser mais redundantes.

A informação também pode ser armazenada. Antigamente, a única forma de armazenar a informação era guardá-la em nossa mente. Os velhos eram a memória da humanidade, uma memória biológica. Com a invenção da escrita, foi possível armazenar as informações em livros. Criou-se a memória externa, o grande passo da humanidade na direção da evolução tecnológica, pois as novas gerações estavam dispensadas de lembrar todos os conhecimentos das gerações anteriores e podiam utilizar sua capacidade mental para criar coisas novas. Hoje, com a rede mundial de computadores, vê-se a criação da memória de cilício.

Por fim, a informação pode ser traduzida.

Ao transportar a informação, utilizamos um código para que a mesma possa ser compreendida pelo receptor.

O processo de tradução da informação é muito óbvio quando se trata de transferir uma mensagem de uma língua

para outra (um texto do inglês para o português, por exemplo), mas utilizamos a tradução da informação em diversas situações de nosso cotidiano.

Quando dizemos “A casa está pegando fogo”, estamos traduzindo a informação visual para o código linguístico.

Por outro lado, a pessoa, quando recebe a informação, a decodifica, a frase “A casa está pegando fogo”, transforma-se, em sua mente, na visualização da casa em chamas. Esse fenômeno é bem explicado pela semiótica.

Quantificação da informação

A Teoria da Informação mostrou que a informação pode ser também quantificada. É possível calcular a quantidade de informação de uma mensagem usando o método binário, método esse que tornou possível o surgimento dos computadores.

Para transmitir uma mensagem ao computador, devemos codificá-la em conjuntos do tipo sim ou não em que 1 seria sim e 0 seria não.

Para transmitir ao computador a imagem de um círculo basta montar uma tabela com diversos quadrados. O sim representa o quadrado preenchido e o não o vazio. Quanto maior a quantidade de quadrados, maior a resolução e maior a quantidade de bits.

Uma demonstração prática desse método é dada Elwyn Edwards (1971) envolvendo as oito primeiras letras do alfabeto:

A B C D E F G H

Uma pessoa escolhe uma das letras e a outra deverá adivinhar qual é fazendo apenas perguntas do tipo sim-não.

A melhor forma de descobrir a resposta é dividir o conjunto sempre em dois pacotes (bits):

ABCD e EFGH

Assim, a primeira pergunta seria:

A letra correta está no conjunto ABCD?

Se a resposta for sim, elimina-se logo o segundo conjunto. Assim, divide-se novamente em dois conjuntos:

AB e CD

A pergunta seguinte poderia ser: A letra correta está no conjunto AB?

Imagine-se que a resposta seja não. Então, a letra está no segundo conjunto.

Uma última pergunta mataria a xarada: A letra é C?

Foram necessárias três perguntas desse tipo para se chegar à resposta, de modo que a informação tem três bits.

Esse método simples é a base de todos os computadores.

Redundância

O conceito de redundância é absolutamente oposto ao de informação.

Enquanto a informação significa variedade, novidade, a redundância significa falta de variedade ou simplesmente repetição.

A redundância sobrecarrega a mensagem. É o caso, por exemplo, de um discurso inócuo. O que poderia ser dito em 20 palavras acaba sendo dito em 200 palavras.

A mente humana gosta de informação e rejeita a redundância. Isso foi provado em uma pesquisa realizada por neurologistas da Emory University Health Sciences Center, nos EUA. Eles pingaram gotas de suco de frutas ou de água em voluntários monitorados por ressonância magnética. Quando a bebida era trocada, a atividade dos neurônios

aumentava. A resposta chegava a ser mais forte que aquelas provocadas por sensação de prazer. (OLIVEIRA, 2010)

A origem da hipnose está nesse repúdio à redundância. O hipnotizador usa um estímulo tão redundante que a mente se recusa a continuar recebendo a mensagem e simplesmente “desliga”.

O exemplo pode dar a entender que as melhores mensagens são aquelas totalmente informativas. Isso não é verdade.

Há dois casos de não comunicação: quando a mensagem é totalmente redundante e quando ela é totalmente informativa.

Uma mensagem redundante ao extremo é normalmente ignorada pelo receptor. Quando perguntado o que achava de certo livro recém-lançado, Oswald de Andrade respondeu apenas: “Não li e não gostei”. Ou seja, o autor era tão previsível que Oswald não precisava nem mesmo ler o livro para saber que não gostaria. (PIGNATARI, 1976)

Por outro lado, uma mensagem totalmente informativa é incompreensível. É o caso, por exemplo, de uma mensagem escrita sem código (uma pessoa datilografando aleatoriamente numa máquina de escrever) ou em uma língua desconhecida pelo receptor.

A redundância tem, portanto, um papel importantíssimo no processo de comunicação. Ela é usada para combater ruídos que possam obstruir o canal.

Essa é a razão pela qual, por exemplo, nós batemos várias vezes na porta de uma casa quando queremos ser atendidos pelos moradores. Bater uma única vez já transmitiria a mensagem, mas nós a reforçamos a fim de garantir que o receptor irá recebê-la: “Quanto maior a vulnerabilidade a ruídos de um certo canal, maior a redundância necessária para garantir a integridade da mensagem. Em um ambiente barulhento, devemos aumentar o tom de voz e repetir partes da mensagem”. (OLIVEIRA, 2010, p. 28)

Mesmo as línguas têm alta taxa de redundância para combater o ruído.

O código surge para criar um equilíbrio entre redundância e informação.

Informação nas palavras

O núcleo de informação de qualquer palavra está nas consoantes, em especial nas mais raras, como o R, o X e o Z.

Se dou ao leitor as três vogais abaixo, dificilmente ele conseguirá descobrir a palavra da qual as mesmas foram tiradas:

E A E

No entanto, se eu apresento apenas as consoantes da mesma palavra, a tarefa se torna muito mais fácil:

M N S G M

Trata-se da palavra MENSAGEM.

As abreviaturas, muito usadas hoje nas redes sociais, têm como base a retirada da redundância das palavras. Assim, a frase MENSAGEM PARA VOCÊ ficaria assim:

MSG PR VC

Por que razão, uma vez que as abreviaturas são mais informativas, não as usamos mais comumente nas comunicações?

Porque uma mensagem com pouca redundância é vítima certa de ruídos.

Se houver qualquer erro na mensagem abreviada, a comunicação fica prejudicada, como acontece no caso abaixo:

MG PR VC

O mesmo já não ocorre com a mensagem normal:

MENSAEM PARA VOCÊ

O ruído, embora visível, não tornou impossível a compreensão da frase.

A língua inglesa é menos redundante que a portuguesa e, portanto, mais prejudicada pelos ruídos, como ocorre no caso abaixo.

Em inglês, *CASAS AMARELAS* escreve-se *YELLOW HOUSES*. Em português, como se vê, há dois S indicativos do plural e se um for vítima de ruído, ainda assim o receptor compreenderá que se trata de mais de uma casa. Em inglês a perda de um único S prejudica toda a mensagem. (PIGNATARI, 1976, p. 56)

Portanto, embora a redundância sobrecarregue a mensagem, ela também é necessária para evitar prejuízos.

A decisão sobre a quantidade de redundância da comunicação deve ser balizada por vários fatores: a taxa de ruído do canal, o repertório do receptor e a importância da mensagem.

Decifrando códigos secretos

Um momento importante de aplicação da cibernética ocorreu durante a II Guerra Mundial, no grupo interdisciplinar que se dedicou a quebrar o código de *Enigma*, a aparentemente indecifrável máquina nazista de codificação de mensagens. Esse esforço, que teve como principal mente o matemático inglês Alan Turing, acabou tendo como consequência o computador moderno.

Os alemães haviam inventado uma máquina capaz de cifrar uma mensagem com grande rapidez e enorme confiabilidade. Chamava-se *Enigma* e era parecida com uma máquina de escrever, com a diferença de que uma letra, ao ser escrita, era trocada por outra letra de um alfabeto codificado. Havia uma série de misturadores. A ordem interna dos misturadores

e dos cabos podia mudar completamente o código e isso era feito todo dia pelos nazistas. Ou seja, a cada dia os germânicos tinham um código altamente seguro e diferente do usado no dia anterior. Além disso, a mesma máquina que era usada para codificar, poderia ser usada para decodificar. Um texto cifrado datilografado nela dava origem ao texto original.

Os ingleses conseguiram com os poloneses uma cópia da máquina Enigma, mas isso não ajudava muito, pois a Enigma poderia ser ajustada de acordo com 10.000.000.000.000.000 chaves diferentes. Seria necessário mais tempo do que a idade total do universo para checar cada ajuste.

A Enigma seria indecifrável, não fosse pela genialidade de Alan Turing.

O maior inimigo de um código secreto é a redundância. É ela que permite ao criptoanalista decifrar a mensagem. No português, por exemplo, as letras mais redundantes são as vogais, especialmente o A e o E. Letras como o X e o Z são as menos redundantes. Sabendo-se isso, basta trocar os sinais mais redundantes pelas letras mais redundantes e ir verificando as combinações. Além disso, há a redundância sintática. Em português, geralmente temos uma estrutura de sujeito – verbo – predicado. O sujeito geralmente é composto de um substantivo acompanhado de um artigo. Se o artigo for composto de apenas um sinal, deve ser ou o O ou o A. Se forem dois sinais, o artigo provavelmente está no plural: OS, AS, o que nos dá mais uma letra (S). Se o criptoanalista tiver uma ideia do assunto da mensagem, ele pode experimentar testar palavras que ele acredita constar na mensagem. Se, por exemplo, sabemos que a mensagem trata do horário em que será feito um ataque podemos usar a palavra HORA como cola e testá-la na mensagem em vários pontos, até chegar a um resultado positivo. Descoberta uma palavra, o resto é fácil. Esse método é

chamado de análise de frequência e já era usado por Edgar Allan Poe para decifrar mensagens secretas enviadas por seus leitores.

Observando os textos que haviam sido decifrados pelos ingleses, Turing percebeu uma redundância nas mensagens emitidas pela *Enigma*. Muitas delas obedeciam a uma estrutura rígida. Ele descobriu, por exemplo, que os alemães mandavam, todas as manhãs, relatórios sobre a previsão do tempo. Dessa forma, uma mensagem interceptada nesse horário certamente conteria a palavra alemã para tempo, WETTER. Como havia um protocolo rigoroso sobre a formatação dessas mensagens, Turing poderia ter ideia até mesmo de onde a palavra WETTER estaria na mensagem. Descoberto o texto cifrado de WETTER, tornava-se fácil decodificar as outras palavras.

As mensagens decifradas pelos ingleses foram fundamentais para a vitória aliada na Segunda Guerra.

Entropia

A palavra entropia foi usada pela primeira vez em 1850, pelo físico alemão Rudolf Julius Clausius. A origem da palavra são os radicais gregos *em* (dentro) e *tropee* (mudança, troca, alternativa). O termo foi amplamente trabalhado na física para designar a Segunda Lei da Termodinâmica: “Todo sistema natural, quando deixado livre, evolui para um estado de máxima desordem, correspondente a uma entropia máxima” (OLIVEIRA, 2010, p. 38).

Entropia é sinônimo de mistura e perda de energia. Um exemplo seria uma vasilha dividida em dois compartimentos. Em um deles há um gás quente, em outra um gás frio. Os dois compartimentos estão perfeitamente ordenados,

com moléculas rápidas em um lado e lentas do outro. Com o tempo, no entanto, a entropia começa a operar até que os dois lados tenham a mesma temperatura. Esse fenômeno é observado quando se deixa uma caneca quente sobre uma mesa. Em algum tempo, o líquido estará frio. “Nesse modelo, o final do universo ou a sua *morte térmica* advirá quando tudo estiver a uma temperatura uniforme, o caos das moléculas prevalecendo sobre qualquer organização”. (EPSTEIN, 1986, p. 33)

Outra característica da entropia é a mistura indiferenciada.

Para visualizar essa propriedade, basta imaginar dois recipientes ligados por uma comporta, um com tinta branca, outro com tinta vermelha. Ao abrirmos a comporta, as duas tintas irão se misturando aos poucos, até chegar ao ponto em que não conseguiremos distinguir onde está o branco e onde está o vermelho. Ou seja, a tinta entra em estado desordenado, pois a ordem pressupõe uma compartimentação de coisas. Um detalhe interessante da mistura das tintas é que as mesmas jamais voltarão à posição inicial, mesmo que esperemos por toda a eternidade. É a flecha do tempo, o sentido único da entropia.

A entropia tem, também, o sentido de degradação. Assim, a velhice que vai aos poucos tomando conta de nosso corpo é um exemplo da mesma vivenciado por todos nós, diariamente. Esse processo vai se acumulando até a fase final: a morte. Não é por outra razão que os físicos se referem à entropia como a morte térmica do universo.

A palavra entropia foi também usada em administração para designar empresas que se deixam dominar pelo caos, pela degradação. Lojas em decadência são um exemplo perfeito de como a entropia pode destruir um empreendimento.

Epstein (1986) lembra que a fórmula para medir a entropia, proposta por Clausius em 1864 é idêntica à proposta por Shannon em 1948 para medir a informação de uma

mensagem. Warren Weaver (apud GLEICK, 1991, p. 247) diz que, “Quando encontramos o conceito de entropia na teoria da comunicação, temos o direito de nos agitarmos – o direito de suspeitar que estamos às voltas com alguma coisa que pode ser básica e importante”.

A entropia vem sendo estudada como equivalente ao caos (ou complexidade) na comunicação. A utilização máxima da capacidade do canal para transmitir a mensagem é, para o espectador, o equivalente ao caos. Segundo Umberto Eco (1997, p. 102), “A entropia é também identificada com o estado de *desordem*, no sentido de que *a ordem é um sistema de probabilidades* que se introduz no sistema para prever-lhe o andamento”.

O código é utilizado com o objetivo de evitar que o caos tome conta da mensagem.

A entropia, no entanto, pode ter uma utilização positiva na comunicação, pois uma mensagem extremamente ordenada é também uma mensagem previsível e, portanto, redundante. A característica de imprevisibilidade da entropia pode dar à comunicação um toque mais original. É o que ocorreu, por exemplo, com o surgimento da MTV. Diante da estrutura ordenada e previsível das emissoras convencionais, a linguagem entrópica da MTV foi um sopro de criatividade. (OLIVEIRA, 2010, p.)

Vale ressaltar que, uma vez assimilada, essa linguagem entrópica vai se tornando um novo tipo de ordem.

Como diz Umberto Eco (1997, p. 123), “cada ruptura da organização banal pressupõe um novo tipo de organização, que é desordem em relação à organização anterior, mas é ordem em relação a parâmetros adotados no interior do novo discurso”.

Teoria do caos

Surgido nos anos 1970, na Universidade de Santa Cruz, o Coletivo dos Sistemas Dinâmicos, destacou-se por usar os conceitos da teoria da informação, em especial o da entropia, nas ciências exatas. Assim, o conceito, surgido na física, conheceu uma forte elaboração na teoria da comunicação e, dessa forma, voltou para as ciências exatas, ajudando a criar as bases do que seria chamado Teoria do Caos:

Para Robert Shaw, os atratores estranhos eram motores de informação. Em sua primeira e mais ampla concepção, o caos oferecia uma maneira natural de devolver às ciências físicas, de forma revigorada, as idéias que a teoria da informação tinha extraído da termodinâmica [...] Os atratores estranhos serviam como misturadores eficientes. Criavam a imprevisibilidade. Suscitavam a entropia. E, ao ver de Shaw, criavam informação onde não havia informação. (GLEICK, 1991, p. 247-248)

Para o coletivo, a principal característica do caos era sua imprevisibilidade:

Na medida em que informação era apenas uma palavra imaginosa para a imprevisibilidade, essa concepção simplesmente correspondia a ideias que cientistas como Ruelle estavam desenvolvendo. Mas a estrutura da teoria da informação permitiu que o grupo de Santa Cruz adotasse um corpo de raciocínio matemático que tinha sido bem investigado pelos teóricos da comunicação. (GLEICK, 1991, p. 251)

Um sistema que correspondesse sempre às expectativas era pouco caótico e, portanto, redundante. Exemplo disso

é a água passando por uma obstrução e produzindo espirais (como a água caindo em uma pia de banheiro). Um investigador que resolvesse investigar o fenômeno, poderia se deparar com uma série totalmente redundante, do tipo ESQUERDA-ESQUERDA-ESQUERDA-ESQUERDA a ponto de achar que seria impossível surgir informação na sua base de dados. Mas, quando o sistema se torna caótico, gera um fluxo constante de informações, de forma que cada observação nova é um novo bit, como ocorre nas correntezas. Esse fenômeno estaria ligado aos atratores estranhos e ao efeito borboleta: “O canal que transmite a informação para o alto é o atrator estranho, ampliando a aleatoriedade inicial, assim como o Efeito Borboleta amplia pequenas incertezas para transformá-las em padrões em grande escala das condições atmosféricas”. (GLEICK, 1991, p. 250)

O Efeito Borboleta, conceito elaborado pelo matemático e meteorologista Edward Lorenz é o princípio segundo o qual pequenas alterações no início de um fenômeno podem provocar grandes transformações mais à frente. Ou: “Uma borboleta batendo suas asas na muralha da China pode provocar uma tempestade em Nova York”.

A ciência clássica sempre acreditou que o mundo era ordenado e previsível. A física clássica, de Newton, é construída em cima dessa ideia. Os teóricos do caos perceberam que os fenômenos ordenados e previsíveis, como a órbita de um planeta, são exceção na natureza. A maioria dos fenômenos é caótica. O trânsito da cidade é um exemplo: teoricamente um observador onisciente seria capaz de prevê-lo se conhecesse a posição e a velocidade de todos os carros. Mas isso nunca ocorreria. Uma pequena distração de um condutor pode provocar um acidente que torna o trânsito completamente imprevisível.

Até mesmo o gotejar de uma torneira pode ser um fenômeno complexo.

A maioria das pessoas imagina que o gotejar de uma torneira é sempre periódico, mas isso não ocorre necessariamente, como revela um momento da experimentação. “É um exemplo simples de um sistema que passa de um comportamento previsível para um comportamento imprevisível”, disse Shaw. “Se abriremos um pouco a torneira, podemos ver um regime onde o gotejar é irregular. Na verdade não é um padrão previsível além de um curto tempo. Assim, até mesmo algo tão simples como uma torneira pode gerar um padrão que é eternamente criativo”. (GLEICK, 1991, p. 252)

Exemplificando: uma torneira gotejando a cada dois segundos seria um fenômeno ordenado e previsível, totalmente redundante: 2-2-2-2-2. Uma série 2-4-2-4 seria mais interessante, embora seja ainda muito pobre de informações. A série 2-7-15-90-1-77, por outro lado é repleta de informação e quase imprevisível, sendo, portanto, caótica.

Os princípios da teoria do caos têm sido, agora, transportados para o campo da comunicação.

Danton (2005) usou os preceitos da Teoria do Caos para analisar uma história em quadrinhos no livro *Watchmen e a teoria do caos*. Para o autor, existe uma tendência atual de tornar os trabalhos cada vez mais complexos e repletos de informação.

Roberto Elísio dos Santos (1991) usou o conceito de “caos semiótico” para explicar a linguagem de videoclipe: “Com tantos narradores, a narrativa se fragmenta (um fato é mostrado de formas diferentes ou muitos fatos são mostrados ao mesmo tempo, com ação alternada) o que causa o ‘caos semiótico’”.

A caótica estética de videocliques, que tem dominado o cinema e televisão, parece indicar no sentido de uma maior entropia nos meios massivos. Por outro lado, estudos sobre as gerações X e Y mostram uma maior capacidade para lidar com informação (na verdade, quase uma necessidade de

mais e mais informação). É de se perguntar em que medida esses dois fenômenos estão interligados.

Aplicação em sala de aula

A cibernética é elemento essencial nas aulas de teorias da comunicação, em especial no que diz respeito ao processo de comunicação. Poucos paradigmas comunicacionais se debruçaram de forma tão detalhada sobre os elementos do processo.

Uma vez que o paradigma também esteve associado à decifração de mensagens secretas durante a II Guerra Mundial, uma atividade interessante é simular o processo de comunicação: o grupo cria um código secreto e depois divide-se em dois outros grupos, cada um munido do código. Uma mensagem então é repassada ao grupo emissor, que deve codificar a mensagem para que o grupo receptor a decodifique. Para tornar mais interessante e dar um caráter de jogo, pode-se criar um grupo “espião”, que intercepta a mensagem e tenta decifrá-la. Tenho trabalhado atividade semelhante com meus alunos e o resultado é sempre interessante. Através dela é possível discutir o contexto de criação de códigos, os canais, o trabalho de decodificação e até mesmo os ruídos (um pequeno erro de grafia pode tornar quase impossível decodificar cifras mais elaboradas).

Alguns filmes podem ser usados para trabalhar os assuntos abordados neste artigo. *Clube da Luta*, filme de 1999, dirigido por David Fincher, além de permitir discutir questões relacionadas à Indústria Cultural de forma geral (a metáfora da cultura como sabonete torna-se concreta no cartaz do filme), traz uma ampla discussão sobre o caos. A trama toda inicia com um efeito borboleta (a insônia do personagem Eduard Norton). O personagem Tyler Durden, interpretado por Brad Pitt é um verdadeiro atrator

estranho, ampliando a aleatoriedade da trama e criando informação continuamente. Além disso, a própria estética do filme é caótica.

Um filme que também tem linguagem caótica é *Corra Lola, Corra*, filme alemão de 1998 dirigido por Tom Tywker. A trama é elaborada a partir do conceito de efeito borboleta: Lola corre para conseguir dinheiro para salvar seu namorado. Diante do final infeliz, ela volta no tempo e toma outra decisão, processo que se repete mais de uma vez. A cada nova escolha, a vida de todos os personagens com as quais Lola cruza é modificada (além, claro, da própria personagem). Com linguagem de videogame, o filme tem até mesmo trechos em desenho animado.

Chocolate, filme americano de 2000, dirigido pelo sueco Lasse Hallström, conta a história de uma jovem mulher que se instala em uma pequena cidade francesa e abre uma loja de chocolate. Ao provar o doce, os habitantes locais conseguem, finalmente se comunicar de maneira saudável então percebe-se que a “louca” local é apenas o centro de um grande problema de comunicação. O filme é interessante por discutir como obstruções no processo de comunicação podem provocar neuroses, um dos preceitos da cibernética.

A visão dos alunos

“Com o estudo da Teoria do Caos pude entender que a comunicação não pode ser concebida apenas com o propósito intencional do emissor, ou seja, dos meios de comunicação. A mídia, principalmente os meios de comunicação de massa, trabalha no sentido de homogeneizar a informação, tentando organizar ou acomodar uma determinada visão da realidade no receptor. Contudo, esta mídia não é capaz de controlar ou prever a reação que uma determinada mensagem provocará no espectador. Basta um ruído ou um entendimento diferen-

te da proposta inicial para que o processo comunicacional se desencadeie para o caos, provocando mudanças inimagináveis. Já tivemos casos em que os espectador de novelas foram decisivos para a mudança no papel de personagens e da trama, antes não imaginados pelos autores. Nesse sentido, o caos enquanto desorganização da mensagem, também chamado de entropia, é gerado pela grande quantidade de informação em um pequeno espaço de tempo, provocando um alto grau de complexidade na mensagem. Quanto mais complexa, mais informação a mensagem carrega. E esse processo configura bem o atual estágio da sociedade, onde a instantaneidade das informações, produzidas em tempo real por diversos meios de comunicação, provoca um amontoado de dados a disposição do usuário. E as novas gerações, os ditos “filhos da tecnologia”, parecem ter uma capacidade maior de captar essas informações e melhor usufruem deste fenômeno comunicacional.”

Paulino Rocha Barbosa – Acadêmico do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá - UNIFAP

“A Teoria do Caos, uma das “leis” mais importantes do nosso cotidiano, está presente em quase tudo em nossa volta. De forma resumida, ela consiste em que uma ligeira mudança no início de um evento, pode trazer consequências inimagináveis. Na comunicação, isso foi visto na prática no ano passado, em Macapá (AP), no jornal em que eu trabalhava. Uma falsa notícia sobre a falta de gasolina na cidade, fez com que os postos de combustíveis lotassem, provocando assim a escassez de gasolina por conta da demanda fomentada pela “barrigada”. Ou seja, a informação veiculada não mediu as consequências sobre o fato noticiado.”

Abinoan Santiago – Acadêmico de Jornalismo na Universidade Federal do Amapá.

Referências

ASHBY, W. R. **Introdução à cibernética**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

BAHIA, Juarez. **Jornalismo informação comunicação**. São Paulo: Martins, 1971.

BENNATON, Jocelyn. **O que é cibernética**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens**. Petrópolis: Vozes, 1983.

D'AZEVEDO, Marcelo C. **Cibernética e vida**. Petrópolis: Vozes, 1972.

DANTON, Gian (Ivan Carlo Andrade de Oliveira). **Watchmen e a teoria do caos**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2005.

ECO, Umberto. **O Nome da rosa**. Rio de Janeiro: Record, 1986.

ECO, Umberto. **Obra Aberta**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

EDWARDS, Elwyn. **Introdução à Teoria da Informação**. São Paulo: Cultrix, 1971.

ENTROPIA: progresso para a destruição! In: Editora Mandruvá. Disponível em: www.hottopos.com.br/regeq8/mario.htm. Acesso em: 11 nov. 2002.

EPSTEIN, Isaac (Org.). **Cibernética e Comunicação**. São Paulo: Cultrix & Edusp, 1973.

EPSTEIN, Isaac. **Cibernética**. São Paulo: Ática, 1986.

EPSTEIN, Isaac. **Teoria da Informação**. São Paulo: Ática, 1986.

GLEICK, James. **Caos: a criação de uma nova ciência**. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-0633-1.pdf>. Acesso em: 02 maio 2013.

IDATTE, Paul. **Chaves da cibernética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.

LAGE, Nilson. **Teoria da informação e da mídia**. Disponível em: www.jornalismo.ufsc.br/nildis.4.html. Acesso em: 22 jan. 2003.

LATIL, Pierre de. **O pensamento artificial**. São Paulo: Ibrasa, 1968.

NONATO, Murillo Nascimento; PIMENTA, Thaís Arianne Ferreira. Geração Z: Os Desafios da Mídia Tradicional. **Portcom**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1349-1.pdf>

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. **Introdução à cibernética**. Pará de Minas: Virtual Books, 2010.

PATERSON, Michael. **Decifradores de códigos**. São Paulo: Larrousse, 2009.

PIGNATARI, Décio. **Informação. Linguagem. Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

SALA de física. Disponível em: www.br.geocities.com/saladedefisica6/termodinamica/entropia.htm. Acesso em: 23 jan. 2003.

SANTOS, Roberto Elísio dos. O Caos Semiótico nos Quadrinhos: Um Estudo das Graphic Novels. **Revista Comunicação e Sociedade**, 18. São Bernardo do Campo, IMS, dezembro de 1991.

SINGH, Simon. **O livro dos códigos**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SINGH, Simon. **O livro dos códigos**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

STAFFORD, Beer. **Cibernética na Administração**. São Paulo: Ibrasa, 1979.

WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade**. São Paulo: Cultrix, 1968.

6.

Usos e Gratificações - Uma revisita à Teoria que deu um novo impulso aos estudos de recepção.

GIZELI BERTOLLO MENEZES

Introdução

Os estudos orientados pela teoria dos Usos e Gratificações, marcam o início das investigações no campo da recepção, a partir de uma perspectiva menos dominante dos meios de comunicação de massa, onde o eixo de preocupação deixa de ser as funções exercidas pelos meios e, sim, a maneira como o indivíduo reage. A abordagem parte do pressuposto de que o receptor é ativo em seus processos de seleção e exposição para atingir gratificações e satisfação de suas necessidades, frente aos meios. É nesse sentido, que a hipótese dos Usos e Gratificações afasta do modelo dos “efeitos diretos” e busca compreender quais os motivos que levam os receptores a selecionarem seus conteúdos e canais de comunicação, bem como, identificar as suas necessidades e gratificações. Neste texto, pretendemos apresentar um

panorama da teoria dos Usos e Gratificações, a partir de uma revisitada às principais vozes que pensaram, discutiram e fundamentaram essa corrente de estudos, tendo em vista os seus dois momentos: o período “clássico” e o período “moderno”.

A corrente de estudos denominada “Usos e Gratificações” está inserida, no que pode ser considerada a segunda geração das investigações sobre os efeitos limitados. Os primeiros estudos foram realizados na década de 1940, mas foi a partir de 1970 que a teoria ganhou dimensão com as investigações de Elihu Katz, Denys McQuail e Jay Blumler. Em sua abordagem, o eixo de indagação sobre o processo comunicacional se desloca e, ao invés de questionar o que os meios fazem com as pessoas, a preocupação está em saber o que as pessoas fazem dos meios. Por que usam e para que usam? Parte do princípio de que as necessidades das pessoas têm influência na forma como elas usam e respondem aos meios. A partir das suas motivações individuais, selecionam os canais e consomem os conteúdos que lhes interessam e, gratificam de alguma forma.

Inserida na teoria funcionalista¹, a hipótese dos Usos e Gratificações concebe, em termos funcionais, a satisfação das necessidades dos indivíduos, onde os usos dos meios são analisados do ponto de vista das suas consequências, para o funcionamento do sistema social. São estabelecidos como

-
1. Na teoria Funcionalista a sociedade é vista como um sistema dinâmico com suas partes e subsistemas interligados, onde o equilíbrio desse sistema ocorre devido as relações funcionais dos indivíduos, realizadas em conjunto. O seu campo de interesse está centrado no papel e nas funções que os meios de comunicação desempenham na sociedade, e não nos efeitos sobre suas audiências. Dessa forma, os meios de comunicação de massa contribuem para manter a ordem e o equilíbrio do sistema. “A teoria vê os media como essencialmente autogeridos e autocorretores” (MCQUAIL, 2003, p.81).

princípios norteadores dessa corrente: reconhecer os receptores como ativos; priorizar os usos e as gratificações de necessidades sociais em detrimento do efeito direto; perceber que a influência dos meios de comunicação está além ou aquém do conteúdo das mensagens, embora remetam às características tecnológicas e estéticas de cada veículo e aos seus contextos; considerar que a simples exposição aos meios já representa importância para um receptor, independente do conteúdo veiculado (GOMES, 2001, p.62).

A partir da perspectiva, de que os efeitos dos meios são parte de um complexo fluxo comunicacional e da constatação da capacidade de resposta das audiências, foram realizados na década de 1940, os primeiros estudos acerca do comportamento do receptor. É o chamado período “clássico” da teoria dos Usos e Gratificações, marcado sobretudo pelo estudo das motivações das audiências de rádio e jornal impresso, onde eram questionadas sobre o que pensavam, sentiam e apreciavam, com base no uso pessoal da mídia. Na década de 1970 a corrente é redescoberta e definida seus pressupostos. É o que vem a ser o “período moderno” da teoria que, segundo Denys McQuail e Sven Windahl (1993, p.116), marca a saída da obscuridade da investigação dos estudos sobre os efeitos, com a audiência sendo “[...] finalmente estudada no seu devido lugar, com escolhas e respostas aos *media* exigindo compreensão e explicação independente de qualquer efeito mediático”.

Contextualização histórica dos U&G

Durante a I Guerra Mundial, os veículos de comunicação desempenhavam um forte papel de persuasão junto à comunidade, no sentido de justificar as ações do governo e fortalecer o sentimento nacionalista. Ainda na década de

1920, foram iniciados estudos mais sistemáticos, com a aplicação de questionários e métodos experimentais. Essas pesquisas iniciais estavam ancoradas nos pressupostos teóricos da psicologia social, onde a ação era entendida como uma resposta a um estímulo, como também, nos pressupostos da cultura de massa², que via a sociedade como uma multidão. O erro inicial, conforme ressaltam Denis McQuail e Sven Windahl (1993, p.115), ao referirem ao modelo unidirecional de comunicação, foi supor que os meios escolhiam as suas audiências. Uma perspectiva dos U&G viria romper com essa concepção de domínio dos meios sobre as audiências, considerando que os meios “procuram fazê-lo, mas as suas seleções são menos decisivas do que as escolhas dos membros da audiência em canais e conteúdos mediáticos”.

Em 1927, Harold Lasswell publicou um ensaio sobre o poder da propaganda e da mídia³ em período de guerra,

-
2. Esses estudos são apoiados no conceito de massa desenvolvido na primeira metade do século XX pelo teórico Herbert Blumer. É de sua autoria o primeiro conceito formal para a audiência de massa, ao considerar o fenômeno, como uma nova forma de coletividade que surge com a sociedade moderna, diferenciando do conceito de grupo, multidão e público. Esse fenômeno denominado “massa” era composto por um número bem maior de pessoas e, estas, encontravam-se dispersas e não conheciam umas as outras. O termo, quando utilizado, apresentava uma conotação pejorativa, no sentido de refletir aspectos negativos da sociedade industrial moderna, que emergia. “Chamar massa à audiência refletia o medo da despersonalização, da irracionalidade, da manipulação e de um declínio nos níveis culturais e morais” (MCQUAIL, 2003, p.366).
 3. A palavra mídia é utilizada na língua portuguesa (Brasil) para significar meios de comunicação – instrumentos tecnológicos que servem para a difusão das mensagens. O vocábulo transcrito da pronúncia inglesa para o plural latino de *médium*, que tanto em latim quanto em inglês se escreve *media*. (ENCICLOPÉDIA INTERCOM DE COMUNICAÇÃO, 2010, p.816).

o qual é considerado um marco para a pesquisa sobre os meios de comunicação de massa. Com base em pesquisas quantitativas, o estudo buscava respostas objetivas para atender às questões demandadas pelos gestores dos novos meios de comunicação como também por organismos governamentais ligados, principalmente as Forças Armadas. “Os meios de difusão apareceram, então, como instrumentos indispensáveis à “gestão governamental da opiniões públicas”, quer as das populações aliadas quer as dos inimigos” (MATTELART, 2002, p.31). Com a expansão da produção industrial e, conseqüentemente a necessidade de ampliar o mercado consumidor, cresceu a demanda por pesquisas. Era preciso entender como funcionavam os processos comunicativos para que os próprios meios de comunicação de massa pudessem desenvolver novos conteúdos e lidar com a concorrência.

Nesse período, que segue até o final da década de 1930, os meios de comunicação de massa eram vistos como poderosos veículos de manipulação, capazes de moldar o comportamento de suas audiências, conforme o interesse dos emissores. A crença aumentou no final da II Guerra Mundial, onde prevalecia a ideia de que a vitória dos Aliados sobre a Alemanha, tinha sido resultado dos trabalhos de propaganda realizados na época. Era uma visão construída, basicamente, por meio da observação da grande popularidade que tinha a imprensa, como também do cinema e do rádio que, apesar de estarem numa fase inicial de vida, já partilhavam do cotidiano das comunidades. A propaganda tornava-se então numa grande aposta para conquistar a adesão das massas, podendo ser utilizada tanto para o bem quanto para o mal. “Essa visão instrumental consagra uma representação da onipotência dos media, considerados como instrumentos de circulação dos símbolos eficazes”, sinalizam Armand e Michèlle Mattelart (2002, p.31).

Nesse período, que compreende a primeira fase dos estudos relacionados aos efeitos dos meios, iniciados ainda no século XIX e, com mais intensidade no século XX, com a chegada do cinema e do rádio, o processo comunicativo é visto de maneira linear, fragmentado e mecanicista, a exemplo da abordagem hipodérmica. Uma visão que ressaltava a separação entre emissores e receptores, com um emissor onipotente e um receptor passivo. Ou seja, com efeitos diretos e imediatos dos meios sobre as audiências.

“Não há dúvida de que esta teoria de ação, de cariz behaviorista, se integrava bem nas teorizações sobre a sociedade de massa, fornecendo-lhes o suporte em que se apoiavam as convicções acerca da instantaneidade e da inevitabilidade dos efeitos” (WOLF, 1992, p.22).

Se inicia então, um distanciamento do modelo linear de comunicação, contrariando o poder de manipulação proposto pela Teoria Hipodérmica, ou Teoria da “Bala Mágica” ou “Agulha Hipodérmica”, como também ficou conhecida. Uma abordagem, que pressupõe um receptor passivo ao receber as mensagens dos meios de comunicação de massa, onde a informação é absorvida de forma massiva. Como o próprio nome da teoria sugere, o efeito da informação sobre a massa pode ser comparada a ação de uma bala disparada contra o indivíduo ou de uma agulha a penetrar a pele. “A audiência é encarada como um ser amorfo que obedece cegamente ao esquema estímulo-resposta” (MATTELART, 2002, p. 31).

O pós-guerra tornou-se assim, um período fértil para o desenvolvimento de investigações empíricas, de onde resultaram várias correntes teóricas com estudos voltados para os meios de comunicação de massa, sobretudo, a partir de um foco direcionado à produção. Na maneira como seus conteúdos agem sobre as audiências. “A concepção

dos receptores como agentes ativos não teve expressão significativa na investigação durante décadas. Podemos situar nos meados anos 40, do século passado, o balbuciar deste novo olhar”, diz José Carlos Abrantes (2006, p.8).

Os estudos tinham como foco, identificar as razões para o apelo popular nos diferentes programas de rádio, principalmente nas novelas e na leitura dos jornais diários. McQuail e Windhal (1993) apontam como pioneiros, os estudos realizados em 1940 pelo *Bureau of Applied Social Research*, em Nova Iorque, que conduziram a tipologias de motivação da audiência dos folhetins e concursos. Seus resultados indicavam, por exemplo, que as novelas embora fossem consideradas histórias superficiais para preencher o tempo, tinham grande significado para seus ouvintes. A maioria do público era formado por mulheres que identificavam-se com os programas e encontravam ali, uma referência para o papel de donas de casa, mãe e mulher. Com os leitores de jornal, não era diferente. Além de fonte de informação os jornais proporcionavam aos seus leitores assunto para as conversas diárias. “As descrições das investigações de audiências tenderam, cada vez mais, a enfatizar a “redescoberta” das pessoas e a noção de uma audiência ativa⁴ e obstinada face às tentativas de manipulação” (MCQUAIL, 2003, p. 370). É este conceito de audiência ativa que está no cerne da concepção do paradigma dos Usos e Gratificações, ao ver a sociedade composta por indivíduos autônomos, livres e racionais nas suas escolhas.

-
4. O conceito de audiência ativa remete a uma variação de atitudes e ações do consumidor, frente aos meios de comunicação de massa. “Por definição, a audiência como massa é passiva porque é incapaz de ação coletiva, enquanto qualquer verdadeiro grupo social tem os meios e, pode ter a inclinação para ser ativo no sentido de escolher uma finalidade partilhada e participar nesse objetivo” (MCQUAIL, 2003, p.373).

Em 1944 Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson e Hazel Gaudet publicam o livro *The People's Choice*, apontado como um dos estudos pioneiros sobre a audiência da imprensa escrita e do rádio. Ao analisarem o processo de tomada de decisão durante uma campanha eleitoral, os autores chegaram a conclusão de que o fluxo da comunicação de massa poderia ser menos direto do que se imaginava na época. As influências transmitidas pelos meios de comunicação alcançariam primeiro os “líderes de opinião” e estes, transmitiriam as suas leituras aos grupos mais próximos da sua vida cotidiana, sobre os quais teriam influência. A hipótese, designada “fluxo de comunicação em dois níveis” sugeria uma revisão da sociedade urbana da época, ao considerar que as pessoas pudessem ser mais facilmente persuadidas pela comunicação interpessoal do que pelos meios de comunicação de massa (KATZ, 2009, p.63).

Em 1955, em um outro estudo, *Personal influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Paul Lazarsfeld e Eliuh Katz apresentam o resultado de um levantamento feito dez anos antes, com consumidores de moda e lazer, mais especificamente a escolha de filmes. Ao analisarem os processos de decisão individual de um público feminino formado por oitocentas pessoas, confirmaram a existência e importância do “grupo primário”, como no trabalho anterior. O fluxo de comunicação é visto como um processo em duas etapas e em que o papel dos “líderes de opinião” se revela decisivo. “No primeiro patamar há as pessoas relativamente bem informadas, porque estão diretamente expostas aos *media*; no segundo há as que frequentam menos os *media* e que dependem das outras para obter a informação” (MATTELART, 2002, p.39). Vai sendo

assim, desenhada a figura do *gatekeeper*⁵, como controlador do fluxo de comunicação, no papel desempenhado pelo líder de opinião. Esses estudos evidenciavam a necessidade de uma revisão na imagem de passividade em que a audiência, até então, era caracterizada na maior parte das investigações realizadas.

Em 1974, a publicação da coletânea de artigos sob o título *The Uses of Mass Communication*, marcou a emergência de uma nova escola teórica de investigação, delineando o que vinha a ser a Teoria dos Usos e Gratificações. Com o avanço das investigações empíricas vieram a tona os gostos e percepções das audiências, permitindo assim, produzir apontamentos sobre a origem e a forma como estão estruturadas as suas buscas. Em um dos capítulos do livro, Elihu Katz, Jay Blumler e Michael Gurevitch apresentam um modelo lógico que pressupõe uma audiência ativa e faz escolhas motivadas, onde o processo de seleção dos meios de comunicação de massa está relacionado com: (1) as origens sociais e psicológicas do indivíduo que, por sua vez, apresentam (2) suas necessidades que (3) geram expectativas sobre, (4) os meios de comunicação ou de outras fontes, que (5) levam a padrões diferenciais de exposição na mídia (ou envolvimento em outras atividades), que (6) resulta uma necessidade de gratificação e, (7) outras consequências, principalmente aquelas não

-
5. O conceito de *gatekeeper* como um controlador do fluxo de comunicação, que atua como formador de opinião ao influenciar a decisão de um grupo, foi desenvolvido por Kurt Lewin a partir dos seus estudos sobre a decisão do grupo, o fenômeno do líder e as reações de cada membro, no interior do grupo, frente à uma mensagem comunicada por diferentes vias (MATTELART, 2002, p.43). O termo é geralmente usado no âmbito do jornalismo, onde o jornalista no papel de *gatekeeper* seleciona e controla quais os fatos que podem entrar e transformar-se em notícias.

intencionais (1974, p.20). Nesse modelo, existe ainda a premissa de que o uso dos meios de comunicação de massa seja apenas um, entre outros meios de satisfazer necessidades cotidianas dos consumidores. Ao destacarem o caráter social das necessidades pessoais, os autores identificam alguns motivos para as escolhas: a orientação cognitiva; o entretenimento; e a identificação pessoal. Como gratificações propostas pelos meios de comunicação de massa, apontam a facilitação da aquisição de conhecimentos na busca por informação; a percepção da realidade social em consonância com aquela representada pela mídia; e o reforço da identidade pessoal.

Segundo Denis McQuail (2003, p.377), a forma como as audiências interpretam os conteúdos mediáticos e faz suas escolhas, indicam a existência de uma “estrutura de procura muito estável e consistente”. A partir desses estudos, quase trinta anos depois de sua criação, a teoria foi estruturada com os seus pressupostos teóricos definidos da seguinte forma:

- A escolha dos media e dos conteúdos ser geralmente racional e dirigida para certas finalidades e satisfações específicas (a audiência é portanto, ativa e a sua formação pode ser explicada logicamente);
- Os membros da audiência estarem conscientes das necessidades relacionadas com os media, que aparecem em circunstâncias pessoais (individuais) e sociais (partilhadas) e poderem expressá-las em termos de motivação;
- De maneira geral, a utilidade pessoal ser um determinante mais significativo da formação da audiência dos que os fatores estéticos ou culturais;
- Todos ou a maioria dos fatores relevantes para a formação de audiência (motivos, satisfações

percebidas ou obtidas, escolha dos media, variáveis contextuais) poderem, em princípio, ser medidos (MCQUAIL, 2003, p.393, 394).

É nessa altura que a visão de passividade do receptor é modificada. A partir do pressuposto de que há diferenças individuais e a recepção acontece de forma diferenciada, o receptor começa a ser visto como um ser ativo. Ou seja, os efeitos das mensagens variam de acordo com o repertório e individualidades de cada um. Nessa perspectiva, tanto o emissor quanto o receptor são parceiros ativos no processo de comunicação. Essa relação revela uma dupla importância da hipótese dos Usos e Gratificações, conforme propõe Mauro Wolf (1992): Em primeiro lugar, o fato dessa abordagem estar inserida na teoria funcionalista, mas ao mesmo tempo, aprofundar no trabalho empírico, proporcionando maior consistência nos resultados. E em segundo, o ganho que tem a corrente de investigação, ao fazer uma revisão e superar o esquema informacional da comunicação. “Nesta perspectiva, portanto, a hipótese dos “usos e gratificações”, ocupa, na evolução da *communication research*⁶, um lugar mais importante do que apenas aquele ligado à teoria funcionalista” (p.62).

-
6. Os estudos denominados *communication research* surgiram nos Estados Unidos no final da década de 1960, com maior implementação na década de 1970. Os pesquisadores, tinham como proposta atuar em equipe e fazer o cruzamento das diferentes teorias e disciplinas, buscando assim, a compreensão do processo comunicacional, de forma mais ampla e abrangente (HOHLFELDT, 2001, p.188).

Estudos que nortearam os U&G

Com diferentes pontos de partida os estudos, referentes aos Usos e Gratificações, caminhavam em direção a uma maior operacionalização e sistematização da pesquisa de campo, com passos mais lógicos do que no trabalho anterior, conforme apontam Eliuh Katz, Jay Blumler e Michael Gurevitch, em um ensaio apresentado em 1974. As investigações empíricas a respeito do comportamento das audiências avançaram, sobretudo, nos Estados Unidos e, também na Grã-Bretanha, Suécia, Finlândia, Japão e Israel.

No ano anterior, em 1973, durante a guerra do Kippur em Israel, Eliuh Katz e Tsiyona Peled realizaram um estudo para verificar a utilização dos meios de comunicação de massa em um momento de guerra. Em relação “à necessidade fundamental de ter informações sobre o que está acontecendo, de entender seu desenvolvimento e seu significado, de aliviar a tensão provocada pela situação de crise, a principal fonte de informações é o rádio”. Em seguida, ficaram os jornais diários, que traziam fontes adicionais para implementar e contextualizar as informações dos demais veículos. A televisão, por sua vez, era o meio mais utilizado para satisfazer as necessidades referentes ao alívio das tensões e também, reforçar o sentimento de patriotismo. Mas, após a primeira semana de conflito, as necessidades das audiências já não são as mesmas e, começam a buscar informações em outras fontes, não oficiais. Ao final do conflito, a pesquisa revelou uma baixa credibilidade dos meios de comunicação. Posteriormente, numa nova análise realizada, o nível de credibilidade voltou a subir, evidenciando diferentes variáveis envolvidas no processo de escolhas e gratificações das audiências. Os estudos apontavam que o consumo de notícias estava relacionado não só com motivações cognitivas, mas também à diversão e afetividade, revelando

um complexo campo multifuncional das possibilidades de gratificações. O perfil e a personalidade dos apresentadores, assim como, as doses de humor ou drama nos seus comentários foram consideradas variáveis que também interferiam na resposta do consumidor (WOLF, 1992).

Um outro exemplo de pesquisa sobre os Usos e Gratificações citado por Mauro Wolf (1992), refere-se ao consumo televisivo por parte das crianças e adolescentes nos Estados Unidos. O trabalho do pesquisador George Comstock, publicado em 1978, mostrou que a maioria dos entrevistados buscava diversão e entretenimento nos programas a que eram expostos. Os resultados revelaram que as escolhas dos estudantes mudavam, conforme os seus ciclos de vida e, a opção em estar diante da televisão prevalecia sobre a escolha do programa. Ou seja, qualquer programa inserido em horários considerados nobres, teria audiência. O conteúdo é visto como algo que fica em segundo plano. É nesse sentido que a hipótese dos Usos e Gratificações propõe um deslocamento da origem do efeito do conteúdo para todo o contexto da comunicação, conforme pontua Mauro Wolf (1992, p.66). “De fato, a fonte das satisfações que o destinatário, eventualmente, extrai dos *mass media*, pode ser o conteúdo específico da mensagem, a exposição ao meio de comunicação em si mesma ou a situação comunicativa particular ligada a um determinado *mass media*”.

Na década de 1980 uma equipe de pesquisadores, liderada por Eliuh Katz e Tamar Liebes, analisou a interpretação do programa norte-americano Dallas, exibido em muitos países. Com suas leituras singulares em diferentes culturas, os dados revelados levaram a uma aproximação da noção de “leitura negociada”⁷ trabalhada pela corrente dos Estudos Culturais.

7. Nas “leituras negociadas” o consumidor não se opõe totalmente à

Conforme mostram Armand e Michèlle Mattelart (2002, p.126), o estudo comprovou que o sentido e os efeitos nascem da interação dos textos e dos papéis assumidos pelas audiências. “As decodificações estão ligadas à implicação destas; esta implicação depende, ela própria, da maneira como as diferentes culturas constroem o papel do receptor”.

Um programa televisivo, por exemplo, só terá índices de audiência, se houver gratificação de seu público e, este, der retorno assistindo e elevando os índices. É uma relação estabelecida por um ciclo vicioso, onde os meios de comunicação dependem do público e, o público, por sua vez, precisa dos meios para satisfazer suas necessidades. De um lado, o consumidor procura entretenimento e outras satisfações de caráter afetivo e emocional. Ou seja, fazem uma “leitura negociada” dos conteúdos midiáticos, podendo responder de forma positiva ou negativa aos emissores. Do outro lado do processo comunicativo, os emissores criam seus programas baseados em pesquisas junto aos públicos. Buscam mapear quais as necessidades das audiências, para então gratificá-las.

Após a realização de estudos em diferentes mídias e, a reabilitação da atividade do receptor, os idealizadores dos U&G propuseram um esquema teórico geral da interação entre os meios de comunicação de massa e as audiências, onde pudessem ser inseridos resultados particulares sobre as suas motivações. Numa tipologia construída por Denis McQuail (2003, p.394,395), quatro tópicos deveriam ser observados: 1) Diversão: escape da rotina e dos problemas,

visão do emissor. Há uma mistura de elementos de adaptação e de oposição, com uma interpretação própria a partir de experiências e interesses locais, podendo rejeitar parcialmente o discurso dominante. É como se estivesse em um “campo de batalha constante”, onde o consumidor reconhece as definições hegemônicas, mas se permite adaptá-las. (HALL, 2003).

libertação das emoções; 2) Relações Pessoais: companheirismo, utilidade social; 3) Identidade Pessoal: referência própria, exploração da realidade, reforço dos valores; 4) Vigilância (formas de procura de informação).

Algumas dessas investigações começaram por especificar necessidades e, em seguida, tentaram rastrear em que medida os consumidores estão satisfeitos, com os meios de comunicação de massa. Outras, tomavam as satisfações como ponto de partida para, então, reconstruir as necessidades gratificadas. Havia ainda aquelas, cujo foco centravam-se nas origens sociais das expectativas e gratificações do público. No entanto, por mais variado que tenham sido os seus pontos de partida, os estudos dos Usos e Gratificações tinham como direcionamento, avaliar o consumo da mídia por parte da audiência e, não em termos tecnológicos, estéticos ou ideológicos, conforme reforçam seus autores. Segundo eles, é essa convergência de seus focos, bem como, de seus resultados de base metodológica e teórica, que amplia a discussão sobre os caminhos futuros dessa hipótese. (KATZ; BLUMLER; GUREVITCH, 1974).

Olhares sobre os U&G

Para a pesquisadora brasileira Itania Gomes (2001), a corrente dos Usos e Gratificações é considerada um marco nos estudos de recepção ao indicar, pela primeira vez, o receptor como um ator ativo e racional, capaz de fazer escolhas. “Acredita-se que cada receptor pode usar e interpretar cada programa ou meio de comunicação obedecendo apenas às determinações de suas próprias necessidades e segundo as satisfações idiossincráticas que possa retirar da exposição aos *media*” (p.61). A partir da comprovação da capacidade de retorno das audiências, baseada em suas experiências psicológicas e

sociais, a corrente dos Usos e Gratificações avançou na compreensão da problemática dos efeitos o que, para a autora, não chega a ser uma viragem epistemológica ou, em mudanças de paradigmas, visto que a preocupação e os estudos referentes ao comportamento das audiências já vinham sendo desenvolvidos em anos anteriores.

Mauro Wolf (1992) apresenta como elemento fundamental da hipótese dos Usos e Gratificações a associação do consumo, da utilização e, dos efeitos dos meios de comunicação de massa, à estrutura das necessidades do destinatário. De tal forma que o efeito gerado pelos meios de comunicação de massa, passa a ser entendido como consequência das satisfações frente às necessidades do receptor onde, tanto o emissor quanto o receptor desempenham papéis ativos no processo comunicativo. Segundo o autor, a hipótese mostrou-se mais atenta aos contextos e às interações sociais dos receptores, sobrepondo a ideia inicial de transmissão unilateral (estímulo/resposta). Assim, o efeito da comunicação de massa passa a ser entendido como consequência das satisfações frente as necessidades do receptor. “Os *mass media* são eficazes se e na medida em que o receptor lhes atribui tal eficácia, baseando-se precisamente na satisfação das necessidades” (p.61).

É um período, em que o consumidor passa a ocupar uma posição central, numa concepção neoliberal da sociedade, conforme argumentam Armand e Michèlle Matteredlat (2002, p.127). “Não se trata de um consumidor qualquer, mas do consumidor dito soberano nas suas escolhas, num mercado dito livre”. Essa nova postura de valorização do receptor e a relativização da capacidade dos emissores em atingir seus objetivos altera as relações de influência e de poder, reforçam os autores.

Mas, ao longo do tempo, essa abordagem foi também criticada por apresentar demasiadas tendências de origem comportamental e funcionalista. A ausência de explicações

causais para o uso e escolha da mídia e de previsões bem sucedidas também fazem parte do rol das críticas, como afirma Denis McQuail (2003, p.395): “As razões para a pobre previsibilidade podem estar, em parte, nas dificuldades de medida e, em parte, no fato de muito do uso dos media ser, realmente, muito circunstancial e fracamente motivado”. Segundo o autor, as tipologias construídas para apontar os resultados referentes às motivações das audiências, nem sempre funcionam como esperado, falhando muitas vezes na adequação dos padrões reais de seleção. “[...] e é difícil encontrar uma relação lógica e consistente entre os três fatores sequenciais ordenados: *gosto/preferência; escolha real; avaliação* subsequente” (p.395).

A ideia de que os meios de comunicação de massa permitem recompensas que já são aguardadas e até mesmo previstas pelos consumidores também põe em questão algumas fragilidades da hipótese dos Usos e Gratificações. Os próprios criadores da teoria, Katz, Blumler e Gurevitch (1974) levantaram a possibilidade de que os meios de comunicação de massa pudessem criar as necessidades para depois satisfazê-las. Ou seja, se em um determinado programa são criadas as necessidades que posteriormente serão satisfeitas, as respostas do público estariam comprometidas, podendo não evidenciar as reais necessidades. É nesse sentido, que os autores convocam os pesquisadores a questionarem se os meios realmente satisfazem os consumidores. Para isso, é imprescindível o estudo das necessidades humanas, já que o público está no cerne das discussões da teoria (KATZ, 1974).

Uma preocupação que também vai de encontro ao pensamento de Mauro Wolf (1992), ao levantar a questão a respeito do papel que desempenha os meios de comunicação, no que se refere a atividade seletiva dos conteúdos. O fato da utilização dos meios de comunicação de massa estar orientada a uma determinada finalidade é visto como uma

dificuldade a ser superada pela hipótese, pondera o autor: “A associação entre satisfação da necessidade e escolha do meio de comunicação é representada como uma opção do destinatário num processo racional de adequação dos meios disponíveis aos fins que pretende atingir” (p.67).

Itania Gomes (2001), reconhece a importância da hipótese dos Usos e Gratificações para a pesquisa em comunicação, mais especificamente para o que se convencionou chamar de estudos de recepção mas, não descarta as suas fragilidades. Para a pesquisadora, a preocupação demasiada da corrente em afirmar o poder do receptor, resultou em dois modos correlatos de abordar a relação entre emissor e receptor: Primeiro, que o texto não era analisado. Partia-se, a princípio da concepção de que os textos são polissêmicos, de que as mensagens são “abertas”. Segundo, que do lado da audiência, na maioria dos casos, o programa de investigação preocupou-se em aferir os tipos de satisfações ligadas à utilização dos meios ou a suportes específicos, a partir dos depoimentos dos receptores. Ao supor que as pessoas são suficientemente conscientes para informar seus interesses e seus motivos, os resultados dos estudos deram origem a uma lista de razões que as pessoas alegam para justificar o consumo dos meios, com uma ênfase nas necessidades psicológicas, critica a autora: “[...] é um levantamento cada vez mais exaustivo das diferenças individuais de interpretação, sem que essas leituras idiossincráticas que os receptores realizam possam ser compreendidas em qualquer marco mais amplo de análise (p.64).

A aplicabilidade dos U&G

As mudanças tecnológicas ocorridas na década de 1980 alteraram o processo comunicacional, que vem sendo redefinido e reconfigurado em seus modos de produção e consumo

dos produtos midiáticos. A partir da convergência das mídias e, associada a ela, a possibilidade de interação, surge um receptor com mais poder para participar e interferir. Um consumidor que também é produtor ou “*prosumer*”, como refere Alvin Toffler (1995). E, não é só a relação entre as tecnologias existentes, industriais, mercados, gêneros e públicos que a convergência altera, como nos chama a atenção Henry Jenkins (2009, p. 41): “A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores operam e processam as notícias e o entretenimento”. Na mesma esteira de discussão, Salaverria (2010, p.33), reforça que: “Estas nuevas posibilidades tecnológicas se convierten automaticamente em demandas de servicios que los medios están obligados a satisfacer”.

Ao referir-se à chegada dos novos meios de comunicação de massa, como o cinema, o rádio e a televisão, ainda no final do século XIX e início do século XX, Marshall McLuhan (1995) já sinalizava que independente do uso que é feito delas, as tecnologias alteram as relações pessoais e interpessoais, interferindo diretamente na evolução das culturas, moldando a forma de viver da humanidade. “Qualquer invenção tecnológica é uma extensão ou auto-amputação de nosso corpo, e essa extensão exige novas relações e equilíbrio entre os demais órgãos e extensões do corpo” (p.63). Numa visão mais contemporânea e distante do “determinismo tecnológico” proposto por McLuhan, ao supervalorizar o meio, afirmando que a sociedade é determinada pela tecnologia, nos embasamos no conceito de “domesticação”⁸, proposto por Roger

8. O conceito de domesticação, com todas as suas forças e fraquezas metafóricas, foi concebido, acima de tudo, para intervir na também peculiar contabilidade da mudança tecnológica e para colocar o humano no seu centro; não de um modo romântico mas para que todos os que se preocupam com a sua natureza se confrontem com as responsabilidades que todos os atores-produtores ou consumidores- devem assumir

Silverstone (2006), para afirmar que cada nova tecnologia inserida no cotidiano de uma sociedade, requer um tempo de adaptação e apropriação, numa espécie de negociação entre os membros da família, com seus diferentes estatutos, papéis e poderes, assim como da relação da família com o exterior e a esfera pública.

A cada nova tecnologia inserida na sociedade, são criadas novas demandas de investigação. E ao passo que avançam os estudos, diferentes orientações surgem, paradigmas são revistos e novos são propostos. Assim, as teorias vão sobrepondo umas às outras. Mas cada abordagem teórica traz consigo distintos fundamentos, o que implica, geralmente, em diferentes olhares sobre um mesmo objeto.

No campo da recepção não existe uma teoria geral que explique todo o comportamento do receptor diante dos meios e as suas consequências, como reforça Antônio Carlos Ruótoló: “Todas as análises tendem a ser perspectivas teóricas de médio alcance enfatizando apenas um grupo de respostas e, portanto, adequadas para análise dos fenômenos relacionados àquele grupo de respostas” (p.152).

A ideia de que o uso dos meios de comunicação de massa, depende das satisfações e das necessidades do consumidor é tão antiga como a própria investigação sobre a mídia, afirma Denis McQuail (2003). As audiências, são quase sempre formadas com base na semelhança das necessidades, interesses e gostos individuais, onde geralmente apresenta uma origem social ou psicológica. A exemplo das necessidades típicas dos consumidores, como informação, lazer, companhia e entretenimento, ao selecionarem um

pelas decisões que tomam, as escolhas que perseguem e as práticas que desenvolvem na criação de estratégias de comunicação e de busca de informação cada vez mais sofisticadas neste nosso mundo pós-moderno e global (SILVERSTONE, 2006, p.7) .

programa em um veículo específico. “A afinidade relativa com diferentes media associa-se às diferenças de expectativas e gratificações pretendidas” (p.393). São os mistérios que envolvem a relação mídia/audiência, onde apesar do indivíduo ter, no geral, um padrão estável de preferências mediáticas, ao escolher seus canais/conteúdos e o tempo de exposição, cada dia vive uma experiência única, afetada por circunstâncias variadas e imprevisíveis, destaca o autor. Caso contrário, “[...] a indústria dos media não seria tão arriscada como é, e todos os filmes, canções, livros ou espetáculos teriam sucesso” (p.390).

Como esse processo comunicativo ocorre em um ambiente complexo, com variáveis que interferem nos efeitos, as respostas dos receptores nem sempre atendem ao que foi planejado pelos emissores, o que alimenta o ciclo de procuras e ofertas. Exemplo do que acontece quando as audiências são expostas às chamadas que as emissoras fazem nos intervalos comerciais, convidando para o “imperdível” capítulo da novela. São estímulos externos provocados pelos emissores, que sinalizam aos receptores suas prováveis recompensas. O sucesso dos, tão criticados, *reality shows*, é outro exemplo de como a teoria dos “Usos e Gratificações” pode ser analisada. Em ambos os casos, as audiências podem estar em busca do que Mc Quail (2003) propõe em sua tipologia de análise: **Diversão**, ao buscarem formas de escapar da rotina e dos problemas; **Relações Pessoais**, ao buscarem companhia; **Identidade Pessoal**, ao buscarem referências próprias e reforço dos valores, como também a **Vigilância**, no sentido de busca por informações.

A abordagem dos Usos e Gratificações tem sido revisitada e reposicionada em investigações que buscam compreender a relação das audiências com as novas mídias. Seus pressupostos teóricos constituem base para análise da recepção, a partir de uma perspectiva menos dominante dos

meios de comunicação, num momento de experimentação e adaptação, como o que presenciamos com a implantação e implementação das tecnologias digitais. Ao referir-se a natureza interativa da internet que, por sua vez, gera grandes expectativas, exigindo ação do usuário para atender a essas mesmas expectativas, João Canavilhas (2007) aponta o paradigma dos U&G como um bom modelo para avaliar o que os usuários fazem com os meios e os conteúdos. “En la Web es el usuario quien dirige, quien decide qué ver, cuándo ver y cómo ver” (p.72). Para averiguar o grau de satisfação ou gratificação dos usuários de web jornais em Portugal, Canavilhas levantou junto aos usuários as seguintes questões: Em que medida tem sido gratificante a leitura da notícia? Em que medida a notícia tem despertado seu interesse para a temática? Em que medida gostou da notícia? Em que medida a informação pareceu ser relevante? Em que medida sentiu-se envolvido ao assunto da notícia?

Também no cenário português, com o estudo *Mobile TV Consumption Intentions: A Portuguese Perspective*, o pesquisador Luis Miguel Pato utiliza a teoria dos U&G para analisar o consumo de conteúdos multimídia através de dispositivos móveis. O objetivo é perceber quais as motivações psicológicas que levam as audiências a adotarem a televisão móvel, ou seja, acompanharem a programação da televisão, via celular. Os resultados preliminares indicam que além dos aspectos técnicos e instrumentais do dispositivo móvel, “a possibilidade de acessar ou receber diversos gêneros de conteúdo de TV (informação e entretenimento) já é considerado como uma importante motivação para a adoção deste tipo de tecnologia” (PATO, 2011).

Considerando o quão são voláteis as necessidades que delineiam o comportamento do público diante dos meios de comunicação de massa, o resultado dessa relação consumidor/mídia, é quase sempre um “mistério”, parafraseando

McQuail. É o receptor, com suas idiossincrasias, que vai agir sobre a informação e utilizá-la, conforme suas necessidades naquele determinado momento.

Referências

ABRANTES, José Carlos. *Recepção: Da Contemplação no Romantismo aos Prazeres das Leituras Populares*. In: ABRANTES, José Carlos; DAYAN, Daniel. (orgs.). *Televisão: das Audiências ao Público*. Lisboa: Livros Horizonte Ltda. 2006.

CANAVILHAS, João. Webnotícia. Propuesta de Modelo Periodístico para la www. Livros Labcom, Covilhã, 2007. Disponível: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf

GOMES, Itania Maria Mota. *Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HOHLFELDT, Antonio. *Hipóteses Contemporâneas de pesquisa em Comunicação*. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs). *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo, Editora Aleph, 2009.

KATZ, Elihu; BLUMLER, Jay and MICHAEL GUREVITCH. *Utilization of Mass Communication by the Individual*. In. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on*

Gratification Research. Sage Publications Ltd, Beverly Hills, California. 1974.

_____. *O Fluxo de Comunicação em Dois Níveis: Memória Atualizada de Uma Hipótese*. In: ESTEVES, João Pissarra. (org.). 2ª ed. Comunicação e Sociedade. Livros Horizonte: Lisboa, 2009.

MACQUAIL, Denis. *Teoria da Comunicação de Massa*. Lisboa: Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

_____; WINDAHL, Sven. *Modelos para o Estudo da Comunicação de Massas*. Editorial Notícias: Lisboa, 1993.

MATTELART, Armand e Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. 2ª ed. Porto: Campos das Letras – Editoras S.A., 2002.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*. Trad. Décio Pignatari. 11. ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

PATO, Luis Miguel. *Mobile TV Consumption Intentions: A Portuguese Perspective*. Artigo apresentado no VII Congresso SOPCOM-Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. http://www.labcom.ubi.pt/publicacoes/20130130244-lmpato_sopcom_2011_atas.pdf Acesso em 14 mar. 2013.

PELED, Tsiuona; KATZ Elihu. *Media functions in Wartime: The Israel Home Front in October 1973*. In: *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Beverly Hills, California: Sage Publications Ltd. 1974.

RUÓTOLO, Antônio Carlos. *Audiência e Recepção: perspectivas*. http://editora.metodista.br/COM30/cap_07.pdf. Acesso em 02 fev. 2013.

SALAVERRÍA, RAMON ALIAGA. *Estructura de la Convergencia*. In *Convergencia Digital – Reconfiguración de los Medios de Comunicación em España*. Coord. Xosé Lopes García e Xosé Pereira Fariña. España: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SILVERSTONE, Roger. *Domesticando a domesticação. Reflexos sobre a vida de um conceito*. In *Domestication of Media and Technology*, UK: Open University Press. Trad. Helena Cristina Cordeiro. Revista Media & Jornalismo nº16 Domesticações na Era dos Self Media. http://www.cimj.org/images/stories/docs_cimj/domesticando%20a%20domesticacao%20-%20silverstone%20-%20reviso.pdf. Acesso em 20 fev. 2013.

TOFFLER, Alvin. *A Terceira Onda*. Rio de Janeiro: Record, 1995.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 2ª ed. Lisboa: Editora Presença Ltda, 1992.

7.

Espiral do Silêncio e Mídias Sociais: a participação da opinião pública no Twitter

LIANA VIDIGAL ROCHA¹

VALMIR ARAÚJO²

RAIMUNDO GAMA DA SILVA JÚNIOR³

Introdução

Com o desenvolvimento da tecnologia, surgem as chamadas novas mídias que, apesar de serem tratadas por muitos como

-
1. Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP; jornalista diplomada, professora adjunta do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia, do CNPq. E-mail: lividigal@uol.com.br.
 2. Mestrando do Programa de Desenvolvimento Regional da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Jornalista diplomado, membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia. E-mail: valmiraraujo09@hotmail.com.
 3. Jornalista formado pela Universidade Federal do Tocantins (UFT) e membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia. E-mail: raimundogamma@gmail.com.

uma extensão linear das mídias tradicionais, oferecem, na maioria das vezes, recursos de informação e entretenimento para o grande público. “Em particular, a nova mídia está começando a prover conexões interativas entre o consumidor e o provedor de informação” (DIZARD JR., 2000, p. 40).

A partir disso é possível afirmar que os meios de comunicação nos ajudam a ter acesso à cultura, informação e contato com a sociedade. Em contrapartida, entram nas nossas vidas de forma sutil, deixando nossas opiniões se formar a partir do que retratam. Um exemplo são as mídias sociais, plataformas projetadas para promover o compartilhamento de conteúdo e permitir a interação entre os indivíduos. Entre elas, destaca-se o Twitter que, segundo Santaella e Lemos (2010, p. 67), pode ser entendido como um “catalisador de novos processos de inteligência coletiva”.

Por apresentar tais características, o Twitter tem se revelado como um espaço para a formação e difusão de opiniões. De acordo com Augras (1970, p. 11), a opinião trata-se de um fenômeno social, que existe apenas em relação a um determinado grupo. “É um dos modos de expressão desse grupo e difunde-se utilizando as redes de comunicação”.

Portanto, o presente artigo visa apresentar informações que relacionam as mídias sociais, em especial o Twitter, com a teoria Espiral do Silêncio, mostrando como a opinião de um determinado grupo pode se transformar em discurso majoritário, influenciando até mesmo uma decisão política.

Novas Mídias, Mídias Sociais e Redes Sociais

Amplamente difundidas no século XXI, as novas mídias surgem com o intuito de agregar ainda mais valor à comunicação. Internet, celular e televisão digital são exemplos de tecnologias que avançam dia após dia, seduzindo cada vez

mais o consumidor. Diferentemente das mídias tradicionais (rádio, TV e jornal), as novas mídias potencializaram a democratização da informação, ou seja, facilitaram a produção, a transmissão, a distribuição e a circulação de dados.

Seja no que diz respeito à circulação de opiniões ou de informações, as novas mídias aparecem como espaços potenciais de democratização da comunicação, uma vez que, com a liberação da emissão, permitem o acesso de novos agentes tanto à esfera da visibilidade pública quanto à esfera do debate público, que estão intrinsecamente conectadas. Essa maior pluralidade faz com que mais visões de mundo circulem nas sociedades, diminuindo a concentração do poder de influência que os meios de comunicação de massa historicamente tiveram sobre a opinião pública. (MEDEIROS E LÔRDELO, 2012)⁴

Enquanto o celular ainda é encarado, na maioria das vezes, como um aparelho que permite a comunicação entre duas pessoas, a internet é entendida não somente como um novo meio de comunicação, mas como um ambiente comunicacional, no qual diferentes formatos podem se conjugar. Segundo Castells (2003, p. 8), a internet proporcionou “a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global”. O autor ressalta ainda que a comunicação no ciberespaço é diversificada, multimodal e versátil, compreendendo as múltiplas formas de expressão “bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais” (CASTELLS, 1999, p. 461).

4. MEDEIROS, Priscila e LÔRDELO, Tenaflae. **Novas Mídias – lugar de opinião? Lugar de informação?** Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 9 N° 1 – Janeiro a Junho de 2012.

É justamente nesse ambiente que surgem as mídias sociais, sistemas online elaborados que permitem a interação social a partir do compartilhamento de informações em diferentes formatos (texto, foto, áudio, vídeo, ilustração etc.). Para Recuero⁵, a mídia social trata-se de uma “ferramenta de comunicação que permite a emergência das redes sociais”.

Mídia social, assim, é social porque permite a apropriação para a sociabilidade, a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. Ela é diferente porque permite essas ações de forma individual e numa escala enorme. Ela é diretamente relacionada à internet por conta da expressiva mudança que a rede proporcionou.⁶

É possível afirmar que as mídias sociais possuem características distintas que reforçam seus limites e suas potencialidades, sendo organizadas em duas categorias principais: sociocultural e técnica. Em relação aos aspectos técnicos, destacam-se a arquitetura da informação, tipos de conteúdo e informação. Já os aspectos socioculturais dizem respeito ao público, aos comportamentos e aos usos e apropriações.

De acordo com Recuero⁷, as mídias sociais “complexificam o espaço social”, fazendo com que apareçam novos grupos sociais que se organizam em determinadas redes (ou comunidades). É nesse contexto que surgem as redes sociais, que podem ser entendidas como grupos de pessoas que possuem

5. RECUERO, Raquel. **O que é mídia social?** Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/o_que_e_midia_social.html>. Acesso em: 25 fev. 2013.

6. Idem.

7. Idem.

e mantêm interesses comuns e que ficaram mais conhecidas como sites de relacionamentos. Vale ressaltar que as redes sociais não acontecem somente no mundo virtual, no modo online. Uma sala de aula, um culto evangélico ou uma reunião de amigos também são exemplos de rede social.

As redes das quais falamos até aqui são redes sociais, formas de organização humana e de articulação entre grupos e instituições. Porém, é importante salientarmos que estas redes sociais estão intimamente vinculadas ao avanço das redes físicas e dos recursos comunicativos. (FERRARI, 2010, p. 103)

Já os sites de redes sociais, segundo Recuero⁸, foram definidos por Boyd & Ellison (2007) como “sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator”.

Para Ferrari (2010, p. 103), o aprimoramento das novas tecnologias aliado à criação de redes de comunicação, de interesses específicos, técnicas, utilizando os mais variados recursos, meios e canais se tornaram essenciais para a ampliação dessas redes de caráter social. “Podemos dizer que as novas formas interativas de acesso à informática e redes via web representam o mais novo território de disputa e luta na sociedade.”

Dessa forma, é possível afirmar que as mídias/redes sociais têm a sua relevância, visto que vêm auxiliando na construção da opinião pública ao colocar diariamente assuntos relevantes em debate. Inclusive, a partir dessas discussões, surgiram campanhas e mobilizações em prol da democracia,

8. **Redes sociais na internet.** Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

como foi o caso da Primavera Árabe, “uma onda de protestos que se espalhou pelo Oriente Médio e norte da África”⁹ e que acabou derrubando quatro ditadores.

Uma das mídias sociais utilizadas, nesse episódio, foi o Twitter que, segundo Santaella e Lemos (2010, p. 64-66), trata-se de uma “plataforma de microblogging que explodiu nos últimos anos. Uma verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, “termômetro” social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas”. De acordo com as autoras, a ferramenta serve como:

Um meio multidirecional de captação de informações personalizadas; um veículo de difusão contínua de ideias; um espaço colaborativo no qual questões, que surgem a partir de interesses dos mais microscópicos aos mais macroscópicos, podem ser livremente debatidas e respondidas, uma zona livre, pelo menos até agora, da invasão de privacidade que domina a lógica do capitalismo corporativo neoliberal que tudo invade, até mesmo o ciberespaço (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p. 66).

Pode-se dizer ainda que o Twitter é um espaço de relacionamentos. Sobre essa questão, Recuero e Zago (2009) afirmam que as “conexões dos usuários, de caráter não necessariamente recíproco”, foram chamadas de ‘seguidos’ e ‘seguidores’ e que essa ligação “traz implicações para as redes sociais”.

Em geral usuários com maior número de seguidores exercem maior influência na rede na medida

9. *Um ano de Primavera Árabe, a primavera inacabada*. Disponível em: <<http://topicos.estadao.com.br/primavera-arabe>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

em que as mensagens que enviam têm o potencial de atingir mais usuários e mais redes. Também é frequente na ferramenta a presença de celebridades e outros indivíduos centrais, que acabam atuando como influenciadores por seu alto número de conexões na rede. Nesse contexto, destaca-se o papel dos que possuem vários seguidores ao atuarem como filtro de informações para suas redes. Essas informações são ainda repassadas para outros contatos, através de estratégias próprias do sistema, como *retweets* e comentários direcionados via *replies* (ZAGO, 2009).

Dentre as mídias/redes sociais existentes, é possível afirmar que o Twitter é uma ferramenta ímpar, pois apresenta “uma dupla faceta em seu uso e apropriação: é, ao mesmo tempo, uma ferramenta de conversação e uma ferramenta de informação” (RECUERO, 2009). No que se refere à prática do Jornalismo, o Twitter pode ser utilizado como ferramenta para obtenção de informações, mas também como “circulador” de notícias.

Segundo Recuero (2009, p. 46), “as redes sociais, enquanto circuladoras de informações, são capazes de gerar mobilizações e conversações que podem ser de interesse jornalístico na medida que essas discussões refletem anseios dos próprios grupos sociais” e que não teriam espaço nos meios tradicionais. Por outro lado, as redes sociais também podem “refletir interesses individuais dos atores sociais que acontecem de estar em consonância com interesses sociais”.

Diariamente, o Twitter repercute notícias e informações sobre os mais variados assuntos. No entanto, critérios como rotinas produtivas e noticiabilidade ficam “abalados” no microblog, pois quanto mais rápido a notícia chegar ao público, mais ele se sentirá informado. Nesse caso, a instantaneidade passa a ser o principal elemento de atuação no

site. Portanto, pode-se afirmar que o Twitter alerta sobre determinados assuntos, mas o público acaba procurando outras mídias para se aprofundar.

Em relação à promoção da discussão de determinadas temáticas, é possível dizer que o ciberespaço, e por consequência o Twitter, vem se transformando em um novo espaço público, no qual a conversação acontece de maneira multidirecional, ou seja, de todos para todos (LEMOS, 2009).

Pode-se, assim, como hipótese, pensar no ciberespaço como uma nova esfera pública de conversação onde o “mundo da vida” amplia o capital social, recriando formas comunitárias, identitárias (público), ampliando a participação política. A função conversacional das mídias de função pós-massiva pode servir como fator privilegiado de resgate da coisa pública, embora não haja garantias. A participação, a colaboração e a conversação são as bases para uma ação política, mas não garantem a sua efetividade.¹⁰

A partir disso, é possível dizer que as mídias sociais promovem sim a conversação entre indivíduos, que compartilham informações e conteúdo, levando, até mesmo, à formação e propagação de opiniões.

Opinião pública

Entender o conceito de opinião pública não é fácil, já que é possível se obter diferentes interpretações sobre o

10. LEMOS, André. Nova Esfera Conversacional. Disponível em: <<http://andrelemos.info/category/nova-esfera-conversacional/>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

tema, diferentes entendimentos e variações no campo comunicacional, sendo que, muitas vezes, pode ser entendida como disputa de poder, controle social, voz do espaço público, e supostamente encarada como a “mola principal das democracias”. A partir dessa informação, então, fica a pergunta: quem ou quê pode ser considerado(a) a opinião pública nos dias de hoje?

Na era de jornais, tevês, redes sociais, Estado, instituições, corporações, blogs, sites etc., o indivíduo tem a sua disposição mais espaço para opinar. No entanto, de quem é, hoje, “a voz do “povo””?¹¹ De acordo com a literatura, a opinião pública pode ser entendida como um discurso majoritário que engloba diversas opiniões de local geograficamente identificável em pequenos conceitos, positivo, negativo, moral, imoral, ético, absurdo, revoltante. Com uma função política que reveste, ao mesmo tempo, um caráter ético-moral, dado o tipo de mediação público/privado. É possível dizer que existe uma ligação também com a moralidade, mas para ser expressa, essa opinião precisa de um canal de exposição, que geralmente encontra nos meios de comunicação de massa seu principal meio de manifestação.

Uma vez que a opinião pública nasce no âmbito do debate público/privado, ela está suscetível a discussões, mudando com anúncios de novas informações relevantes, com a mobilidade social, com o tempo, permitindo desse modo discordâncias. Relaciona-se com o conjunto de crença, ideologia dos indivíduos, os modos de expressão e de natureza comunicativa interpessoal. Em sua formação e desenvolvimento, a opinião pública sofre interferências dos grupos, dos fatores sociais, os psicológicos, a persuasão

11. BLOCH, Arnaldo. **Opinião pública ainda existe?** Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/opiniao-publica-ainda-existe>>. Acesso em: 05 fev. 2013.

e os veículos de comunicação de massa. Sidinéia Gomes Freitas (s/d, online) lembra que “nas sociedades mais estáticas as opiniões são mais permanentes e se aproximam mais de crenças, enquanto que em sociedade mais dinâmicas os indivíduos tendem a mudar de opinião e devido à grande mobilidade social, opiniões se transformam ou até mesmo desaparecem”.

O professor Cândido Teobaldo diz que hoje o controle da opinião pública é realizada pelo processo criador e estimulante da propaganda. “A realidade é que a propaganda, fomentando o aparecimento de massa, em lugar de públicos, tem criado opinião pública em forma de mito”. E adverte:

Os “slogans”, estereótipos e apelos emocionais, que compõem o determinante não racional, podem, às vezes, provocar o aparecimento de um comportamento do público muito semelhante ao de uma multidão ou massa, não obtendo, na realidade a opinião pública, mas somente um sentimento coletivo. Não se pode negar que a opinião pública se forma através da comunicação e da interação social, o que difere bastante desse sentimento coletivo produzido pelas massas, em consequência da comunicação apenas unilateral (SOUZA ANDRADE, s/d, p. 11).

Por ser opinião ela não coincide com a verdade, ela expressa mais juízo de valor do que juízo de fato. “A opinião é um fenômeno social. Existe apenas em relação a um grupo, é um dos modos de expressão desse grupo e difunde-se utilizando as redes de comunicação do grupo”¹². A opinião pública também

12. FREITAS, Sidinéia Gomes. **Formação e desenvolvimento da opinião pública**. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/opiniaopublica/0017.htm>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

“está relacionada com o controle social, com o consenso social entre o governo e cada um dos elementos que compõem a sociedade”¹³ (MIDÕES, 2008, p. 3). Em um artigo publicado no ano de 2010, no site Observatório da Imprensa, Muniz Sodré articula um conceito de opinião pública. Segundo ele, opinião pública “é, de fato, um discurso de enunciados presumidamente coerentes, homogêneos, de ‘consenso’, extraídos da voz do espaço público” (SODRÉ, 2010, online).

O conceito de que opinião pública faz supor a discussão racional de controvérsia de interesse geral, implicando também a procura do entendimento entre os membros da sociedade, parece pacífico em nossos dias. A qualidade da opinião pública depende muito da eficácia da discussão pública, pois ela se forma no calor da discussão dos membros do público ao debater diferentes e contrários pontos-de-vista acerca de uma questão que interesse, de algum modo, à comunidade. Assim, quando algumas opiniões contrárias forem impedidas de se apresentar ao público em formação, ou venham a sofrer alguma discriminação quanto à possibilidade de serem arguidas, não há eficácia na discussão pública. Em outras palavras, do uso honesto e equitativo dos veículos de comunicação depende, principalmente, a eficácia da discussão pública (SOUZA ANDRADE, s/d, p. 05).

Muito além de um axioma, a opinião pública tem ligações diretas com as relações de poder, seja no espaço público ou na esfera política e cultural da sociedade moderna,

13. MIDÕES, Miguel. **Caso Esmeralda e a Espiral do Silêncio de Elisabeth Noelle-Neumann**. Bocc. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/midoes-miguel-caso-esmeralda-espiral-do-silencio.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

que por sua vez formam grupos capazes de influenciar a maioria, e que possibilitam a divulgação de seus posicionamentos de diversos assuntos em veículos de comunicação.

[...] a ideia de uma opinião pública legítima fica comprometida num sistema onde a visibilidade dos discursos políticos dependa quase que integralmente dos veículos de comunicação de massa, marcados pela influência de uns poucos emissores de mensagens e frequentemente aliados a interesses políticos e econômicos específicos. Isso não quer dizer que não haja espaço para discursos contra hegemônicos na chamada “grande mídia (MEDEIROS e LÔR-DELO,2012, p. 05).

Para Jürgen Habermas (apud, PIMENTA, s/d, p.2), a integração de uma sociedade se dá por meio do poder comunicativo dos cidadãos que a compõem. E isso é feito por um sistema de linguagem comum, que se utiliza da esfera pública política e no sistema político para tal. Essa dinâmica possibilita a troca de informações e a formação de opinião, e pelas pessoas atingidas pelas ações políticas.

A opinião pública se forma através da linguagem, em conversas cotidianas e manifestações particulares, do discurso privado. Uma vez formada a opinião pública, esta se impõe e compõe a esfera pública¹⁴. É com a posse de repertório

14. De acordo com (HABERMAS, *apud* PIMENTA, s/d, p. 2), a esfera pública pode ser descrita como “uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e *opiniões*; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões *públicas* enfeixadas em temas específicos. Do mesmo modo que o mundo da vida tomado globalmente, a esfera pública se reproduz através do agir comunicativo, implicando apenas o domínio de uma linguagem natural; ela está em sintonia com a *compreensibilidade geral* da prática comunicativa cotidiana”.

e da subjetividade, que os indivíduos tomam conhecimentos dos fatos por meio da mídia e os discutem. E essas manifestações discursivas particulares, através da linguagem, conseqüentemente, formam a opinião e a esfera pública. Segundo Freitas (s/d, online):

De fato, a opinião tem sua origem nos grupos, mas só assim não caracterizaremos a opinião pública, porque esses grupos transformam-se em públicos quando se organizam em torno das controvérsias, com ou sem contigüidade espacial, discutem, informam-se, refletem, criticam e procuram uma atitude comum, e atitude para a professora Sarah Chucid da Viá ‘é uma tendência para atuar, agir. Relaciona-se com os hábitos, com os comportamentos e transforma-se em opinião quando adquire um caráter verbal e simbólico. (FREITAS, s/d, online)

Por se tratar de múltiplos e diversos discursos expressos através da linguagem, estes têm a capacidade de gerar resultados coletivos. De acordo com Dryzek (apud, PIMENTA, s/d, p.8), a “opinião pública é ‘o resultado provisório da competição de discursos na esfera pública conforme transmitido ao Estado’”. Ainda segundo Dryzek, “quando ela gera uma decisão coletiva, consistente com a ‘constelação de discursos’, pode-se dizer que possui ‘legitimidade discursiva’” (DRYZEK *apud* PIMENTA, s/d, p. 08).

Para Correia, Ferreira e Espírito Santo (2010, p. 21), a melhor possibilidade de entender o que é a Opinião Pública passa por explorar outros conceitos, como por exemplo, o de público, que segundo os autores apresentam características de redes de interdependências sociais extensas e caráter simbólico, que os autores chamam de “coesão interna espiritual e uma robusta estrutura comunicacional”, constituídas pelos fluxos de informações,

em temas mobilizadores, proporcionando aos indivíduos uma regular expressão dos seus juízos e opiniões. A opinião pública está relacionada a um fenômeno social que poderá ou não ser de caráter público.

Ainda segundo os autores o termo opinião implica unidade (a opinião), ao passo que a sua caracterização específica (pública) denota uma diversidade de indivíduos e as suas opiniões. De modo que o “público” tende a atingir o conceito “universal, o objetivo e o racional”, enquanto “‘opinião’ é marcada pela variabilidade, pelo subjetivo e o incerto” (SPLICHAL, apud CORREIA, FERREIRA e ESPÍRITO SANTO, 2010, p.23).

De acordo com Durão (s/d, online), na filosofia Kantiana¹⁵ o termo opinião pública é substituído por “uso público da razão”, mas segundo o autor, quando Kant utiliza-se desse sentido, automaticamente “remete ao conceito de opinião pública”. A opinião pública pertence à esfera da ação política e Kant confere a ela uma ordem de razão teórica, empírica e prática, atribuindo-lhe “um papel notável de esclarecer o público e explicar como podemos não só agir racionalmente, mas também como podemos pelo menos esperar por uma ordem social racional”. Para Kant, a esfera formadora da opinião pública desempenha um papel na manutenção da menoridade dos homens. Para o filósofo francês Jean Jacques Rousseau o termo opinião pública representa uma transação entre o consenso social e as convicções individuais.

A opinião pública não é somente o resultado da excitação popular sobre um fato corriqueiro do cotidiano. A opinião pública é um alicerce na manutenção da democracia moderna das sociedades. A sociedade, em grupos coletivos

15. DURÃO, Aylton Barbieri. O conceito de opinião pública em Kant. Disponível em: <<http://www.unopar.br/portugues/revfonte/artigos/8kant/8kant.html>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

ou não, deve se manifestar sob o uso da razão e da reflexão, pois só assim serão capazes de manter seus interesses resguardados pelos poderes públicos e privados.

A Teoria Espiral do Silêncio

Inicialmente, os estudos dessa teoria começaram a se formular na década de 1960, a partir de pesquisas que estudavam os efeitos dos meios de comunicação de massa, principalmente a televisão, para influir sobre o conteúdo do pensamento dos receptores. Entre os anos de 1965 e 1972, nas eleições alemãs, a socióloga e cientista política Elisabeth Noelle-Neuman percebeu que os “eleitores” tendiam a mudança repentina de opinião, durante o processo eleitoral. Essa mudança, segundo Soares (s/d, online, p. 1), “ocorria em função da tendência demonstrada pelos agentes sociais de aproximarem-se mais das opiniões que consideravam dominantes”¹⁶.

Ademais, o conceito da Teoria Espiral do Silêncio, proposta por Elisabeth Noelle-Neuman, fora apresentada durante o 20º Congresso Internacional de Psicologia, em Tóquio, em 1972, e publicada nos EUA com o nome “*The spiral of silence: A theory of public opinion*”, no *Journal of Communication*. O medo do isolamento pode ser considerado um dos alicerces dessa teoria, pois a priori, a ela se baseia na possibilidade de os agentes sociais podem/poderem (tempo verbal) serem isolados de seus grupos, quando expressam opiniões divergentes das demais opiniões consideradas dominantes de determinado grupo.

16. SOARES, Eduardo de Souza. **A Espiral do Silêncio: a repercussão de “tempos modernos” na revista do globo (1936)**. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/71019880/A-ESPIRAL-DO-SILENCIO>> . Acesso em: 26 fev. 2013.

No estudo sobre a influência que a mídia desempenha no pensamento do cidadão, há duas teorias que investigam a respeito, a agenda setting e a espiral do silêncio. A teoria consiste na hipótese científica de que há uma ideia de espiral de silêncio que explicita a dimensão cíclica e progressiva de uma tendência/disposição ao silêncio. Na teoria, “os indivíduos buscam a integração social através da observação da opinião dos outros e procuram se expressar dentro dos parâmetros da maioria para evitar o isolamento” (PENA, 2006, p. 155). Via de regra, as pessoas que têm uma opinião, um ponto de vista, minoritário, tendem a cair no silêncio ou até mesmo no conformismo, diante da opinião publicada dos demais, considerada majoritária, buscando dessa forma a manutenção do status quo dentro do grupo. “Esse silêncio tácito mantido pelas pessoas, algumas vezes, poderia até esconder desejos de mudanças sociais presentes na maioria silenciosa. No entanto, esses desejos acabam sendo sufocados pela espiral do silêncio” (CARVALHO e NASCIMENTO, 2012, p. 9).

[...] a TES é uma teoria sociopsicológica dinâmica que pretende explicar a formação, a continuidade e a alteração da opinião pública, bem como as suas funções e efeitos. Indirectamente, é pois uma teoria dos efeitos mediáticos. No seu cerne está a tese de que após sondarem o clima de opinião sobre um determinado tema (issue), o medo da exclusão social leva os indivíduos a não expressarem opiniões que os próprios percebem como sendo minoritárias ou tendencialmente minoritárias, o que leva, a termo, à afirmação, no espaço público, de uma opinião dominante (ROSAS, 2010, p. 157).

Segundo Midões (s/d, online, p. 05), há outros conceitos relacionados à Teoria Espiral do Silêncio no que diz respeito

como “pressão para o conformismo” e “medo do isolamento”, que são cruciais. “Entre outras coisas, os homens têm uma natureza social que lhes causa medo de isolamento, o que os influencia substancialmente no seu comportamento”. Já que o homem ficaria à mercê dos dispositivos sociais que lhe poderiam causar o isolamento, dessa forma, ele procura se regular à normalidade social adequando-se ao seu grupo de convívio, pois o homem, segundo Rousseau (apud MIDÕES, s/d, online, p. 05), trava uma batalha interior entre a sua natureza individual, (a satisfação das suas necessidades, dos seus interesses), e a natureza social, (a necessidade de ser reconhecido e respeitado pelos outros). Valendo-se lembrar de que a Teoria da Espiral do Silêncio, segundo Rosas (2010, p. 159):

[...] repousa sobre esses dois princípios sociopsicológicos para ser válida – o da pressão permanente da sociedade sobre os indivíduos, no sentido de excluir, denegrir ou marginalizar, as opiniões ou os comportamentos contrários, críticos, ou desviantes; e o seu reflexo ao nível individual, na forma do medo que os indivíduos têm pelo ostracismo e pela exclusão social.

Miguel Midões (s/d, online, p. 05 e 06) apresenta ainda alguns pontos que podem ser considerados fundamentais da Teoria Espiral do Silêncio: a) Medo da rejeição pelos que o rodeiam; b) Monitorização dos comportamentos, de forma a observar quais são os aprovados e os reprovados socialmente, (em grupo); c) Há gestos e expressões que, sem fala, expressam a aprovação ou não de determinada ideia, comportamento; d) Tendência para não expressar a sua opinião publicamente quando há possibilidade de rejeição, objeções ou desdém; e) Quando se conclui que a opinião é aceita, a tendência é expressá-la com convicção; f) O falar livremente de determinado ponto de vista reforça ainda mais a ideia de

isolamento, por parte daqueles que defendem a opinião contrária; g) Este processo apenas ocorre nas situações em que há uma questão moral forte – é a componente moral que dá poder à “opinião pública”; h) Só questões controversas podem desencadear a “Espiral do Silêncio”; i) Nem sempre o ponto de vista mais forte é o defendido pela maioria da população; há o medo de o admitir publicamente; j) Os mass media podem influenciar, e muito, o processo da “Espiral do Silêncio”, quando numa questão moral tomam determinada posição e exercem influência no processo; l) As pessoas não se apercebem do medo dos outros e da questão do isolamento; m) A “Opinião Pública” é limitada no tempo e no espaço – a “Espiral do Silêncio” apenas se verifica durante um período de tempo limitado; este processo tende também a ser limitado pelas fronteiras geográficas e culturais; n) A “Opinião Pública” serve como instrumento de controle social, mas também de coesão social.

Em contrapartida, Felipe Pena (2005, p. 156) apresenta três mecanismos condicionantes da teoria espiral do silêncio e que “juntos determinam uma forte influência da mídia sobre o público, que não chega a ser tão absoluta como na teoria hipodérmica, mas é decisiva para consolidar os valores da classe dominante e formar nossa percepção da realidade”. São elas: a acumulação, que é o excesso de exposição de determinados temas na mídia; a consonância, que é forma semelhante como as notícias são produzidas e veiculadas; a ubiquidade, que é a presença da mídia em todos os lugares.

Antonio Rosas (2010, p. 158) sugere que a Teoria Espiral do Silêncio repouse em três condições que a validam. “O da componente normativa ou valorativa das opiniões, já que a teoria só funciona se os temas tiverem uma forte componente moral, ou seja, se implicarem uma forte e emocional tomada de posição entre o Bom e o Mau, ou entre o Bem e o Mal”. Outro fator

é o temporal, de acordo com Rosas (2010, p. 158) “não basta que os indivíduos percepcionem os temas, devendo percepcionar igualmente a evolução futura do seu grau de saliência”. E finaliza dizendo que os media têm representado papel importante na exposição de certos temas, que deverão, segundo o autor ““ser claras e unívocas’ (*clear-cut positions*), além de que quanto mais divergirem das percepções dos cidadãos (drift), mais comprovarão a validade da teoria e serão tidas como relevantes”.

Felipe Pena (2005, p. 155) diz que na teoria as pessoas não só são influenciadas pelo o que os outros dizem, como também pelo o que imaginam que elas poderão dizer. E que a mídia desenvolve um fator determinante na formação e aperfeiçoamento desse sentimento. Segundo Pena, “os meios de comunicação tendem a priorizar as opiniões dominantes, [...], consolidando-as e ajudando a calar as minorias, (na verdade, maiorias) isoladas”. Pena ainda pressupõe que nesse sentido a teoria se aproxima da teoria dos definidores primários.

[...] pois ambas defendem que a tal prioridade é causada pela facilidade de acesso de uma minoria privilegiada (as fontes institucionais) aos veículos de informação. Assim, opiniões que parecem consensuais se perpetuam, pois a maioria silenciosa não se expressa e não é ouvida pela mídia, o que leva à conclusão de que o conceito de opinião pública está distorcido (PENA, 2005, p. 156).

Quando as pessoas imaginam que pensam diferente da maioria, calam-se, e posteriormente, adaptam-se à opinião contrária, é o que Noelle-Neuman denomina de clima de opinião. Assim, a ideia que talvez não fosse majoritária acaba prevalecendo. Um exemplo são as novas mídias, em especial, a internet, que desempenham papel importante na emissão

e disseminação do fluxo comunicacional ligado a interesses distintos, no qual todos podem ou não ter voz e vez.

Twitter e a polêmica sobre o horário de verão no Tocantins

Tendo em vista a discussão sobre a teoria “Espiral do silêncio”, na qual persiste a tendência de fortalecimento do discurso majoritário, em detrimento do discurso minoritário, foi possível identificar a aplicação desta teoria na polêmica gerada com a inclusão do Estado do Tocantins no horário brasileiro de verão, no ano de 2012, que por sua vez provocou uma discussão, sobretudo nas redes sociais – e em especial no microblog Twitter.

Nessa discussão, foi possível identificar o processo de fortalecimento de um discurso majoritário (que neste caso era contrário à inclusão do Estado no horário de verão), que intimidou e praticamente aniquilou o discurso minoritário, em meio às discussões no microblog. Por fim, seguindo a aplicação da Espiral do Silêncio, até mesmo aqueles que inicialmente se colocaram favoráveis à mudança de horário silenciaram-se e o Governo do Tocantins, autor da inclusão, reviu sua posição.

A polêmica, que tomou conta das discussões de usuários tocantinenses do Twitter, teve início na manhã do dia 16 de outubro de 2012, com a publicação de um decreto presidencial, que anunciava o horário brasileiro de verão, com duas alterações: a exclusão do Estado da Bahia e a inclusão do Tocantins.

O horário de verão foi adotado no Brasil pela primeira vez em 1931 e desde 1985 de forma interrupta. No entanto, desde o ano de 2003, o Tocantins, assim como outros estados das regiões Norte e Nordeste, não adere ao novo

horário, uma vez que o intuito da alteração é a redução do consumo de energia, visto que os dias são mais longos. Contudo, a medida é eficaz nas regiões distantes da linha do equador, porque nas regiões próximas ao equador (como as regiões Norte e Nordeste no Brasil), os dias e as noites têm duração similar ao longo de todo o ano.

A inclusão do Estado no novo horário foi requerida pelo Governo do Tocantins em junho de 2012 e na manhã do dia 16 de outubro foi divulgado um release (texto institucional, publicado no portal de informações oficial do Governo e enviado, via e-mail, para os veículos de Comunicação), informando sobre a inclusão do Estado ao novo horário e destacando que a medida tinha como objetivo “contribuir para a diminuição nos custos da operação do sistema gerador [de energia]”, e também por “colocar o Estado em conformidade com o horário de Brasília no que se refere ao funcionamento do sistema bancário nacional e das tabelas de voos originários do Aeroporto de Palmas”.

Tendo em vista as “intenções” do Governo e o conhecimento que os usuários do Twitter tinham sobre o assunto, iniciou-se uma calorosa discussão, entre favoráveis e contrários ao novo horário e principalmente, sobre as razões que teriam levado a inclusão do Estado na mudança, ainda na manhã do dia 16 de outubro. Uma vez que havia mais descontentes que favoráveis, o primeiro grupo tornou-se logo majoritário, sobretudo porque usou de um discurso que logo se consolidou: o de que não havia necessidade de inclusão do Tocantins no horário de verão, porque não há economia de energia, uma vez que o Estado encontra-se na região norte do País e, por consequência, mais próximo à linha do Equador. Já a questão da “conformidade com o horário de Brasília” foi pouco discutida pelos usuários do microblog.

O discurso contrário, que por sua vez afrontava a justificativa do Governo, ganhou tanta força em meio à sociedade, que alterou o posicionamento do próprio Governo. Tanto que no dia 17 de outubro (um dia após informar sobre o novo horário) foi divulgado um novo release, anunciando um pedido de retirada do Tocantins do horário brasileiro de verão. No release, o Governo informou que: “sensível aos apelos de comerciantes, empresários e cidadãos tocantinenses, o Governador Siqueira Campos solicitará à presidente Dilma Rousseff e ao ministro de Minas e Energia, Edison Lobão, a desistência do Tocantins da adesão ao horário de verão”. Por sua vez, o Governo Federal, que já atendia uma solicitação do Governo do Tocantins, ao incluir o Estado no horário brasileiro de verão não atendeu a nova solicitação e a partir do dia 21 de outubro entrou em vigor o horário de verão, para os estados do Sul, Sudeste, Centro-oeste e o Tocantins. Para rever a situação, seria necessária a publicação de um novo decreto presidencial. Apesar de não impedir a inclusão do Estado no horário de verão, a mobilização, via redes sociais, provocou uma mudança na postura do Governo Estadual e possivelmente a não inclusão do Tocantins no novo horário nos próximos anos.

Para o estudo de caso, que por sua vez é focado no desenrolar desta discussão no Twitter, foi analisado o desenrolar da discussão a partir de uma figura chave do Governo, o secretário de Relações Institucionais, Eduardo Siqueira Campos, que além de secretário de Estado é filho do governo do Estado e foi uma figura importante na defesa do argumento do Governo no microblog.

Na manhã do dia 16, por volta das 9 horas, o secretário Eduardo Siqueira, que é um usuário ativo do Twitter, com milhares de seguidores, grande parte deles pessoas chaves na formação da opinião pública do Estado (acadêmicos, jornalistas, advogados, servidores públicos etc.), fez uma sua

primeira postagem defendendo a inclusão do Tocantins no novo horário. Neste momento, alguns veículos de comunicação haviam divulgado sobre a inclusão do Estado no horário de verão, a partir das informações do decreto presidencial, publicado na mesma manhã.

Como pode ser observado na figura 1, este comentário, que falava sobre a “compatibilidade com Brasília” e a “economia”, foi seguindo de muitos outros comentários contrários, questionando, sobretudo a questão da economia de energia. É importante destacar, que a discussão não foi centralizada apenas no secretário de Relações Institucionais, porém o estudo destaca as falas envolvendo esta figura, em virtude de sua importância enquanto elemento participativo do Governo.



Fonte: www.twitter.com Acesso em 22 jan. 2013

Figura 1 – Secretário fala sobre compatibilidade de horário com Brasília

A partir de uma pesquisa realizada nas publicações de Eduardo Siqueira Campos, no Twitter, no dia 16 de outubro, é possível identificar que houve poucas postagens nesta dada e tendo em vista que o secretário comumente realiza muitos comentários, caracteriza-se uma vertente

importante da Espiral do Silêncio, que é o enfraquecimento da voz minoritária, que se vê intimidada em meio à discussão. Em outro comentário, ainda favorável à inclusão do Estado no novo horário, o secretário diz: “Sei do desconforto, das nossas tradições e das desagradáveis mudanças, porém quando ficamos diferenciados de Brasília, foi ruim para nós”. Nesse momento, não há mais defesa da economia gerada com a ação, questão que foi questionada pelos usuários do Twitter em sua postagem anterior.

Visto que uma discussão contrária poderia levar a um desgaste da imagem do Governo junto à sociedade, o secretário das Relações Institucionais anuncia uma solicitação de revogação do decreto, que incluiu o Tocantins no horário de verão. Esse anúncio também é realizado, via Twitter, ainda no dia 16 de outubro e depois é reintegrado a partir da publicação do release, divulgado pelo Governo, no dia 17 de outubro.

No comentário do Twitter do secretário de Relações Institucionais, que anuncia a nova posição do Governo com relação à inclusão do Tocantins no horário de verão, é possível verificar a preocupação com a opinião pública. “Entre a sincronia com Brasília e a sincronia com a população, optamos por fazer o que deseja a população”, afirmou Eduardo Siqueira, por volta das 23 horas do dia 16 de outubro, que minutos depois fala (também via Twitter), que o decreto presidencial pode ser revogado. Na ocasião, o secretário afirma que 90% da população sentiu-se prejudicada com a inclusão do Estado (ver na figura 2).



Fonte: www.twitter.com Acesso em 22 jan. 2013
Figura 2 – Secretário escreve sobre o desejo da população em relação ao horário de verão

Na madrugada do dia 17, ao responder um questionamento de um jornalista, o secretário de Relações Institucionais diz que “não esperava” a reação da sociedade, com a inclusão do Estado no horário brasileiro de verão. Por volta das 10 horas do mesmo dia, o secretário reafirma a importância das redes sociais na discussão e na nova tomada de decisão. Segundo ele, as manifestações contrárias vieram “via redes sociais”.¹⁷

Logo, é possível verificar a importância das mídia/redes sociais, e de maneira especial do microblog Twitter, nas

17. Matéria publicada no site de notícias portal CT, publicada no dia 15 de fevereiro, confirma a manifestação da população via redes sociais, falando sobre a polêmica adesão do Tocantins ao horário de verão: “Após grande manifestação nas redes sociais e a reação de políticos locais, o governador solicitou à presidente Dilma Rousseff e ao ministro de Minas e Energia, Edison Lobão, a desistência do Tocantins da adesão ao horário de verão, sem sucesso”. Disponível em: <http://www.portalct.com.br/estado/2013/02/15/52132-apos-polemica-adesao-do-tocantins-horario-de-verao-termina-neste-fim-de-semana>. Acesso em 20 fev. 2013.

discussões que culminaram numa mudança de postura do Governo e que possivelmente terá impacto nos próximos anos. Ao estudar o caso, ainda é possível verificar a aplicação da teoria Espiral do Silêncio, que trata da tendência de fortalecimento do discurso majoritário, em detrimento do discurso minoritário, mesmo nesse caso sendo o minoritário em favor dos interesses de um Governo.

Através das publicações relacionadas a uma figura chave desta discussão, o secretário de Relações Institucionais, que representava o Governo nas discussões, é possível identificar o enfraquecimento de seu discurso em detrimento dos questionamentos sobre a economia gerada com o horário de verão no Tocantins. Por fim, é importante destacar que o secretário não refaz sua posição quanto à economia de energia, mas deixa de debater o assunto uma vez que surgem os questionamentos e passa a defender apenas a questão da sincronia com Brasília que, em si, é um argumento fraco. Em seguida apresenta um novo posicionamento do Governo, caracterizando o silenciar do discurso minoritário, assim como prevê a teoria.

Considerações finais

A teoria “Espiral do silêncio” aplicada, sobretudo, em estudos focados em pesquisar sobre a influência dos veículos de comunicação, na construção da opinião pública sobre diversos assuntos, ganha uma possibilidade de aplicação diferenciada, através das redes sociais. A partir do exemplo apresentado neste trabalho, focado nas discussões, via redes sociais a despeito da inclusão do Tocantins no horário de verão, compreende-se as redes como de fato, espaços que possibilitam a circulação de informações, na qual é possível gerar mobilizações e discussões focadas justamente no anseio dos próprios grupos sociais.

Contudo, a partir desta análise focada numa discussão ocorrida em mídias sociais – de uma forma mais intensa no Twitter – percebe-se um percurso habitual de discussões que culminam na formação de uma opinião pública (discurso majoritário que engloba diversas opiniões e conceitos), sobre determinados assuntos. No caso sobre a inclusão do Tocantins no horário de verão, percebe-se que o discurso minoritário seguiu a tendência do silenciar, frente ao ponto de vista majoritário, o que é justificado na teoria Espiral do Silêncio, como uma tentativa de fuga à exclusão do grupo majoritário e a possibilidade de manter-se o *status quo* dentro do grupo.

Logo, ao analisar as discussões sobre a inclusão do Tocantins no horário de verão, a partir das discussões que ocorrem via rede social, é possível considerar determinado avanço em termo de discussão e formação da opinião pública, uma vez que o discurso majoritário não dependeu necessariamente da influência dos veículos de comunicação, munidos de sua credibilidade e preferências, mas do poder de influência de discurso das vozes contrárias à medida.

É importante reconhecer que se trata de uma medida, que em essência seria impopular, uma vez que afeta diretamente o cotidiano das pessoas. Porém, a possibilidade de junção das diversas vozes contrárias, ao ponto de se impor como discurso majoritário capaz de interferir no posicionamento de um governo, foi possível em razão da existência de mídias sociais, como o Twitter, que se apresenta como um novo espaço público, possibilitando uma nova forma interativa de acesso à informação, propiciando assim a discussão e a construção da opinião pública.

Referências

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **O público**

na sociedade de massas. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/teobaldodeandrade/teobaldo01/0288.pdf>>. Acesso em: 28 fev. 2013.

Após polêmica adesão do Tocantins, horário de verão termina neste fim de semana. Disponível em: <http://www.portalct.com.br/estado/2013/02/15/52132--apos-polemica-adesao-do-tocantins-horario-de-verao-termina-neste-fim-de-semana> Acesso em: 20 fev. 2013

AUGRAS, Monique. À procura do conceito de opinião pública. In: *Opinião pública: teoria e processo*. Petrópolis: Vozes. 1970. Cap. I, p.11-19.

BLOCH, Arnaldo. **Opinião pública ainda existe?** 2010. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/opiniao-publica-ainda-existe>> . Acesso em: 05 fev. 2013.

CARVALHO, Gyl, Dayanna; NASCIMENTO, Bruno Ribeiro. **Jornalismo 2.0: Agendamento do Silêncio em Tempos de Novas Mídias.** 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0320-1.pdf>>. Acesso em: 06 mar. 2013.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.

_____ **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DIZARD JR. Wilson. *A Nova Mídia – a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

DURÃO, Aylton Barbieri. **O conceito de opinião pú-**

blica em Kant. Disponível em: <<http://www.unopar.br/portugues/revfonte/artigos/8kant/8kant.html>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

ESTEVES, João Pissarra. **Opinião Pública.** In (CORREIA, João Paulo; FERREIRA, Gil Baptista; SANTO Paula do Espírito). **Conceitos de Comunicação Política.** Portugal. LabCom. 2010.

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social – interface e linguagem jornalística no ambiente digital.** São Paulo: Factash Editora, 2010.

FREITAS, Sidinéia Gomes. **Formação e desenvolvimento da opinião pública.** Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/opiniaopublica/0017.htm>>. Acesso em: 23 fev. 2013.

LEMOS, André. Nova esfera conversacional. Disponível em: <<http://andrelemos.info/category/nova-esfera-conversacional/>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

MEDEIROS, Priscila Muniz; LÔRDELO, Tenafle da Silva. **Novas Mídias: Lugar de Opinião? Lugar de Informação?** 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n1p34>>. Acesso em: 01 mar. 2013

MIDÕES, Miguel. **Caso Esmeralda e a Espiral do Silêncio de Elisabeth Noelle-Neumann.** Bocc. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/midoes-miguel-caso-esmeralda-espiral-do-silencio.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** São Paulo: Contexto. 2005.

PIMENTA, Lidiane Malagone. **A formação da opinião**

pública e as inter-relações com a mídia e o sistema político. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/sc_jp-lidiane.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redessociaisnainternetrecuero.pdf>. Acesso em 25 fev de 2013.

_____ **O que é mídia social?** Disponível em http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/o_que_e_midia_social.html Acesso em 25 fev. de 2013.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. **Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter.** *Líbero (FACASPER)*, São Paulo, v.12, n.24, p. 81-94, 2009.

ROSAS, António. **A espiral do silêncio: uma teoria da opinião pública e dos media.** In (CORREIA, João Paulo; FERREIRA, Gil Baptista; SANTO, Paula do Espírito). **Conceitos de Comunicação Política.** Portugal. LabCom. 2010.

SANTAELLA, Lucia e LEMOS, Renata. **Redes Sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter.** São Paulo: Paulus, 2010.

SOARES, Eduardo de Souza. **A Espiral do Silêncio: a repercussão de “tempos modernos” na revista do globo (1936).** Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/71019880/A-ESPIRAL-DO-SILENCIO>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

SOSTER, Demétrio de Azeredo e SILVA, Fernando Firmino da (org.). **Metamorfoses Jornalísticas 2** – a recon-

figuração da forma. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009.

Um ano de Primavera Árabe, a primavera inacabada. Disponível em: <<http://topicos.estadao.com.br/primavera-arabe>> Acesso em: 26 fev. 2013.

ZAGO, Gabriela. **Informações jornalísticas no Twitter: redes sociais e filtros de informações.** In: III SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ABCiber, 2009.

8.

Da Teoria Culturológica ao Pensamento Complexo

COSETTE CASTRO

Introdução

Antes de conhecer uma teoria, particularmente aquelas consideradas *discursos fundadores*¹, é preciso levar em consideração que todo/a pesquisador/a começou como um estudante buscando compreender o mundo em que vive. Essa trajetória, similar a todos aqueles que estão no mundo acadêmico – como alunos, professores ou pesquisadores – envolve leituras, experiências de vida, debate acadêmico, vivência em sala de aula e mais recentemente – depois dos anos 90 do século XX – experiências no mundo virtual.

1. São aqueles discursos considerados referência básica, que fundam uma teoria.

A chamada teoria culturológica², também conhecida como teoria sociológica da Comunicação surge na França, mais especificamente no Centro de Estudos de Comunicação de Massas (CECMAS) no começo dos anos 60 do século XX. O CECMAS foi fundado por Edgar Morin, Roland Barthes e Georges Friedman e seus trabalhos teóricos passaram a ser publicados a partir de 68 na revista *Communications*.

Após romper com os estudos funcionalistas e com a Escola de Frankfurt, seus seguidores passaram a estudar os produtos culturais que circulavam nos meios de comunicação de massa, entre eles o movimento Pop Art (de artistas como Andy Warhol e Roy Lichtenstein), as histórias em quadrinhos, as estrelas de cinema e os conteúdos para televisão.

Ainda que centralizada na França, a teoria culturológica se expande na Itália através de Umberto Eco, semioticista e pesquisador na Universidade de Milão que, em 1964, lança o livro “Apocalípticos e Integrados”.

No braço italiano da teoria, aparece a crítica aos teóricos “integrados” funcionalistas por serem considerados passivos diante da cultura de massa. Eco também critica os “apocalípticos” (membros da Escola de Frankfurt) por seu pessimismo diante da sociedade de massa e por rejeitarem a cultura de massa sem realmente analisá-la. Para Eco, esses teóricos criaram e usaram “conceitos fetiche” (massa, indústria cultural, por ex.) para tratar de maneira genérica um fenômeno bem mais complexo.

No meio acadêmico, o pensador francês Edgar Morin, é considerado o expoente mais importante da teoria culturológica e é sobre ele que versa este artigo, levando em

2. Termo cunhado pelo pesquisador italiano Mauro Wolf no livro “Teorias da Comunicação” (1999).

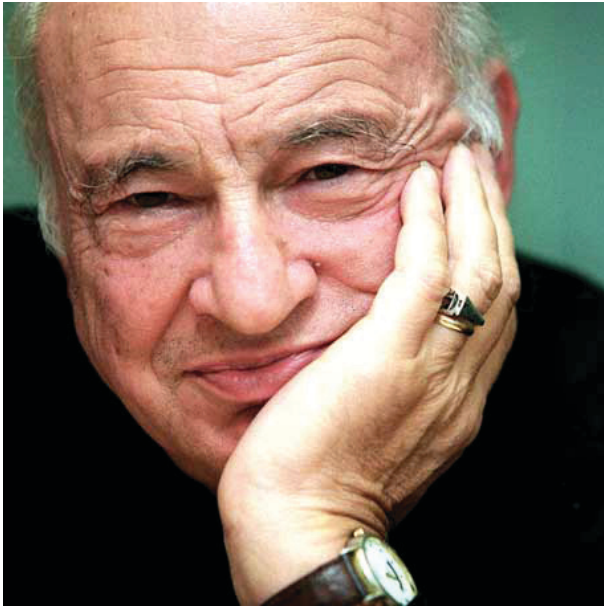
consideração sua reflexão sobre os produtos culturais que circulam nos meios de comunicação de massa e sua influência na vida cotidiana.

Contextualizando Edgar Morin

A vida de Edgar Morin, pensador francês com muitos seguidores na atualidade por sua defesa da existência de uma ecologia dos saberes – onde afirma que todas as ciências estão relacionadas e ajudam a entender o mundo que vivemos com sua diversidade, incoerências e paradoxos – começa na França da Segunda Guerra Mundial. Uma França ocupada pelos alemães, passando pelo final da Guerra, pelos eventos de maio de 1968 e pela (tentativa de) reconstrução de um novo mundo, mais humano, mais igualitário e mais fraterno, guiado pela noção do Estado do bem-estar e direito dos cidadãos.

Nascido Edgar Nahoum em 1921 de origem judaica, adotou o codinome Morin quando militava na Resistência lutando contra os alemães na Segunda Grande Guerra Mundial em 1942. Depois da guerra, passou a chamar-se Edgar Morin. Um ano antes (1941) se tornou membro do Partido Comunista Francês, mas abandonou o Partido em 1951, tornando-se um crítico do marxismo oficial e ortodoxo e do stalinismo. É formado em Sociologia, Antropologia, Filosofia e considerado um dos principais pensadores franceses vivos. Atualmente é professor emérito do Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS)³.

3. Pra conhecer mais sobre o Centro, veja a representação do CNRS no Brasil. Disponível em <http://www.cnrs-brasil.org/>. Acesso 15 de abril de 2013.



Morin pensa os meios de comunicação de massa – inicialmente as estrelas do cinema – a televisão (ainda em preto & branco, ao vivo, sem equipamentos de edição e gravação), os anúncios publicitários, as histórias em quadrinhos, rompendo com a tradição sociológica vigente para abrir espaço para a cultura de massas. Mas Edgar Morin nunca se considerou um comunicólogo, porque segundo ele a pesquisa em Comunicação exige sempre o exame da interface da Comunicação com outras áreas do conhecimento (MORIN, 2003:07).

O pesquisador francês comenta sobre sua relação com a Comunicação no artigo “A Comunicação pelo Meio (teoria complexa da Comunicação)”, escrito em 2003⁴.

4. Edição no. 20, da Revista Famecos, editada pelo Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS).

“De alguma maneira, eu nunca me interessei pela comunicação em si mesma, embora tenha tratado de temas adjacentes em livros como *O Cinema e o homem imaginário*, *Cultura de massa no século XX* e *As Estrelas*, isso pela simples razão que me parecia fundamental refletir sobre a cultura de massa. [...] uma cultura que só pôde desenvolver-se graças a mídia. Essencial não era constatar que a mídia permitia uma explosão da comunicação, mas que trazia consigo as condições de criação de uma nova arte e de uma nova indústria, como o cinema e a televisão” (2003:07).

Isso não é de se estranhar no cenário intelectual francês daquela época. Segundo o pesquisador Juremir Machado da Silva (2001: 172-173), os franceses nunca chegaram a fechar questão sobre o “campo da Comunicação”. Para aqueles pesquisadores, diferente do Brasil, a Comunicação é uma ciência estudada, atravessada e disputada por outras disciplinas, como a Sociologia, a Antropologia, a Filosofia, a Linguística e as Ciências Políticas. Enquanto isso, no Brasil, os pesquisadores vêm defendendo a existência de uma Ciência da Comunicação desde a origem, mas em permanente diálogo com outras disciplinas. Aliás, a própria noção de intelectual⁵ na França é diferente da brasileira.

5. Intelectual – pessoa que usa o seu “intelecto” para estudar, refletir ou especular acerca de ideias, de modo que este uso do seu intelecto possua uma relevância social e coletiva. A definição do intelectual é realizada, principalmente, por outros intelectuais e acadêmicos. Estes definem o termo segundo seus próprios posicionamentos intelectuais. A palavra foi usada pela primeira vez na França, no final do século XIX, durante o caso Dreyfus para descrever aqueles que defendiam o lado de Dreyfus (chamados de *dreyfusards*): Émile Zola, Octave Mirbeau, Anatole France. O termo “intelectual” como substantivo em francês é atribuído a Georges Clemenceau em 1898, ele próprio um proeminente defensor de Dreyfus.

Junto com outros colegas do CECMAS, como Roland Barthes, Christian Mertz e Julia Kristeva, entre outros, passa a dar atenção aos fenômenos da cultura cotidiana, deixados de lado (ou desprezados), pelos chamados sociólogos oficiais. A forma com que Morin estuda esses temas é abrangente: se interessa por desvendar a estrutura da cultura cotidiana, assim como por seu fundo ideológico.

Desde aquela época (anos 60 do século XX) a abordagem de Morin sobre imaginário e cultura foi se transformando e também transformou o pensamento europeu mudando a perspectiva da cultura industrial para centralizá-la desde o ponto de vista político-ideológico. Nesse sentido, é possível observar mudanças importantes na análise realizada no primeiro volume de “O Espírito do Tempo” (Neurose), lançado em 1962, onde o autor estuda a cultura de massas no período compreendido entre 1950 e 1960, e em “O Espírito do Tempo II” (Necrose), lançado em 1975.

No segundo livro, Morin analisa as modificações culturais ocorridas entre 1960 até a data da obra (15 anos depois), um período marcado por manifestações culturais, políticas, educativas e comportamentais na França, nos Estados Unidos e na América Latina. Entre elas é possível citar o maio de 68 francês, os movimentos de amor livre, a queima dos sutiãs e o feminismo, os movimentos de paz e amor e contra as guerras, como a do Vietnã, as lutas por um sistema de ensino mais democrático na França, contra o racismo nos Estados Unidos, os movimentos que buscavam a independência das colônias francesas na África ou a adesão de Cuba ao comunismo.

O pensamento de Edgar Morin foi sendo modificado pela vivência dessas experiências, muitas das quais começaram em Paris e tiveram influência e foram expandidas nos anos 80, 90 do século XX, assim como na primeira década do século XXI. Os aportes de Edgar Morin para a teoria da

comunicação de massa são inegáveis, mas há diferenças profundas, como já comentado, entre o primeiro livro de *O Espírito do Tempo* (Neurose), e o segundo volume (Necrose).

No primeiro volume, Morin descreve a nova ordem cultural que surge com os meios de comunicação de massa, a partir do estudo do cinema, de sua estrutura, da indústria e dos novos sistemas de transmissão de cultura. Para o pensador francês, a organização industrial da produção, da distribuição e do consumo abre espaço para que – além dos pequenos núcleos aristocráticos com acesso a cultura – a expansão comercial massiva envolva todos os grupos e níveis sociais.

Qual a consequência desta indústria da cultura?

Aparecem novas lógicas no mercado: monopolização, burocratização, centralização, estandarização e homogeneização frente à individualidade, à invenção, à criatividade e à autonomia. Naquele momento (no primeiro livro), Morin acredita que esse é o espírito intelectual do século XX, onde a capacidade criativa é reduzida pela lógica industrial burguesa de produção e comercialização dos bens culturais.

Mesmo naquele período o sociólogo francês já falava em complexidade e na importância de realizar estudos desde o ponto de vista da recepção, do ponto de vista das pessoas, e não apenas da análise dos conteúdos publicados. Morin se refere especificamente a relação de projeção e de integração que se estabelece entre os espectadores de cinema e os atores, a quem chama de “deuses do olimpo”.

Desde esse ponto de vista passou a relativizar o poder da mídia em sociedades perpassadas por múltiplas determinações. Em meio à teoria crítica, à Escola de Frankfurt e à ideia do determinismo dos meios de comunicação, Morin teve a ousadia de reconhecer a mídia como uma força a mais – entre outras existentes na sociedade – afirmando que os meios de comunicação não têm condições de determinar tudo.

Se Morin reconheceu a mídia como uma força estimuladora de imaginários nos meios de comunicação, também reconheceu a força do indivíduo e dos grupos sociais. Segundo ele, existe uma influência recíproca entre eles: *a mídia é alimentada pelo mundo que se alimenta da mídia; o imaginário move os homens que inventam os imaginários; o espírito do tempo dinamiza o tempo do espírito* (SILVA, 2001:176). E isso em um momento em que os principais pensadores acusavam os meios de comunicação de serem manipuladores e superpoderosos⁶.

Para o Edgar Morin do primeiro livro que vem do período pós-guerra, a cultura de massa constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens que dizem respeito à vida prática e à vida imaginária, como um sistema de projeções e identificações culturais específico.

“Esta penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses). Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade)”. (MORIN, 1962, p: 15)

Ele buscava analisar o duplo significado do universo cultural existente nas estruturas dos meios de comunicação

6. Ver sobre isso o pensamento da Escola de Frankfurt e da sua teoria crítica.

e que aparecem primeiro no cinema e se reproduzem e ampliam mais tarde na televisão, como a presença do amor, da felicidade, do final feliz, da juventude, do erotismo, da comodidade, etc.

- Sobre o *amor* e o *final feliz* - Morin diz que o *final feliz* representa a eterna primavera, aonde o *amor*, às vezes junto com o dinheiro, com o poder e com a glória, triunfa para sempre (Morin, 1962:114);

- Sobre a *eterna juventude* - junto com o *amor* e a *beleza* formam a nova trindade da indústria cultural. No cinema, também aparece a figura do *adulto juvenil*, como novo modelo a ser seguido e alcançado. (Morin, 1962:214).

Ela (a cultura de massas) se junta a cultura nacional, a cultura humanista, a cultura religiosa e concorre com estas culturas. Não é por acaso que o autor considera a cultura de massas cosmopolita por vocação e planetária por extensão. “Ela nos coloca os problemas da primeira cultura universal da história da humanidade”. E é considerado para muitos analistas das teorias da Comunicação como aquele que melhor organiza uma teoria descritiva do campo da nova cultura de massas daquele período.

Segundo Morin (1962:18),

“Nem retirada solitária, nem ritos cerimoniais opõem a cultura de massa à vida quotidiana. Ela é consumida no decorrer das horas. Os valores artísticos não se diferenciam qualitativamente no seio do consumo corrente: os jukebox oferecem ao mesmo tempo Armstrong e Brenda Lee, Brassens e Dalida, as lengalengas e as melodias. Encontramos o mesmo ecletismo no rádio, na televisão e no cinema. Este universo não é governado, regulamentado pela polícia do gosto, a hierarquia do belo, a alfândega da crítica estética. As revistas, os jornais de crianças, os programas de rádio, e, salvo exceção, os filmes não são mais governados pela crítica “cultivada” do que o consumo dos legumes,

detergentes ou máquinas de lavar. O produto cultural está estritamente determinado por seu caráter industrial de um lado, seu caráter de consumação diária de outro, sem poder emergir para a autonomia estética. Ele não é policiado, nem filtrado, nem estruturado pela arte, valor supremo da cultura dos cultos”

Após os acontecimentos do maio de 68 e demais manifestações que aconteceram no mundo, Morin – diferente de outros intelectuais franceses de sua época – estabelece diferentes níveis de emissão, recepção e interlocução na relação entre os meios de comunicação e as audiências. E passa a discordar que as audiências, ouvintes ou leitores sejam passivos.

Como comenta Silva (2001:177), Edgar Morin os reconhece (audiências, ouvintes ou leitores) como “atores plurais”, que vão da recepção passiva à interlocução crítica. O pensador francês reconhece ainda que as possibilidades de interlocução são desiguais⁷, tanto no mundo desenvolvido, como é o caso da França, como em países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil e seus vizinhos da América Latina. Para o sociólogo, ninguém – ou quase ninguém – se encontra destituído de algum poder de intervenção.

A base da estrutura cultural existente no primeiro livro, já não existe mais. De acordo com Morin, o *espírito do tempo* havia mudado, assim como ele mesmo e sua forma de pensar e ver o mundo. Além de pensar as transformações culturais, também questiona a eficácia dos movimentos sociais de esquerda em relação aos modelos culturais dominantes, que aparecem na sociedade capitalista desenvolvida e que haviam sido apresentados em “O Espírito do Tempo I”.

7. Essa interlocução será diferente em uma favela e em um bairro de classe A. Também será diferente se os interlocutores estiverem no campo ou na cidade.

Ele duvidava da força e das condições destes movimentos culturais de ruptura frente a conhecida capacidade do sistema dominante (o capitalismo) de integrar a seu favor, mesmo os movimentos que nascem de forma subversiva. É no segundo livro que Edgar Morin vai tratar da concepção *sociológica da crise*, a partir da experiência de maio de 68 na França. Ao observar as possibilidades de ruptura dentro do sistema, rompe com a ideia de que tudo era submisso à ordem capitalista de poder.

“Enquanto a sociologia oficial trabalhava sobre o solo cada dia mais sólido da sociedade industrial, eu era cada dia mais sensível as depressões cíclicas que se formam nas sombras”. (MORIN, 1975:12)

Morin havia mudado sua concepção de cultura. Ela deixa de ser vista como um sistema de cultura que se constitui em um conjunto de normas, mitos e imagens que orientam a percepção, a sensibilidade e a personalidade dos indivíduos. E passa a ser vista pelo autor como algo mais dinâmico. Trata-se de um sistema que *coloca em comunicação*, dialeticamente, uma experiência existencial e um saber constituído.

A partir daí, ele abre novas portas para sua análise sobre o mundo ao considerar a influência do acontecimento e do azar, conceitos considerados centrais para analisar a cultura em sociedades capitalistas em crise. Novas dinâmicas e âmbitos da vida passam a ser considerados, como a relação entre consumidor e o objeto de consumo. A cultura de massas passa a superar o marco dos meios de comunicação, com a chegada de novas mídias e canais de cultura massiva, entre as quais é incluída a indústria vinculada ao lazer e ao ócio (férias e turismo, por exemplo). Trata-se da definição da nova forma de cultura contemporânea, que inclui o leitor, o ouvinte e as audiências em suas análises.

“É necessário evitar que se identifiquem cultura de massa e meios de comunicação de massa. A cultura de massa nasceu dos meios de comunicação de massa e nos meios de Comunicação [...] a cultura de massas se estende hoje para fora do campo restrito dos meios de comunicação e envolve o universo do consumo, do ócio, como nutre o microuniverso do interior doméstico.” (MORIN, 1975: 146-147).

O pesquisador francês destaca no segundo livro três polos culturais que se cruzam constantemente:

- o *polo da cultura de massas*, atravessado pela problematização e pela transformação;
- o *polo da cultura cultivada*⁸, que recebeu influência da contestação e subversão cultural e do espírito crítico; e
- o *polo da contracultura*, que busca a revolução cultural.

Isso faz com que avance em suas considerações e mude seu ponto sobre o novo espírito do tempo. De acordo com o autor (MORIN, 1975: 22), “uma teoria pode ser elaborada não apenas a partir da regularidade das estatísticas, mas a partir dos fenômenos e situações extremas, paradoxos ou mesmo patológicos que possuem um papel revelador”.

Ainda que não percebesse, ele (1975:11), que já começava a dar os primeiros passos para a teoria da complexidade e do pensamento transdisciplinar, a “sociologia da cultura deve romper com seus esquemas estabelecidos para pensar com profundidade a importância decisiva do acontecimento”.

8. Corresponde a alta cultura, de elite, adotada por muitos intelectuais em detrimento da cultura popular e da cultura de massas.

Para Finalizar

A partir de 1977, Edgar Morin passa a pesquisar sobre a importância do método para desenvolver a sociologia de cultura em uma visão cada vez mais abrangente da cultura ocidental. Metodologicamente, no decorrer da teoria culturalógica, ele propôs dois métodos:

1. O *autocrítico*, em que o pesquisador deve despir-se dos preconceitos na análise dos produtos da cultura, acompanhando e apreciando seu objeto de estudo⁹.

Para Morin, é possível evitar o sociologismo abstrato, burocrático, do investigador interrompido em sua pesquisa, que se contenta em isolar este ou aquele setor, *sem tentar descobrir o que une os setores uns aos outros*. Com isso, provoca – e convoca – os demais pesquisadores a sair de seus gabinetes, a deixar de olhar de forma preconceituosa a cultura de massa, um olhar caracterizado pelo estudo desde o ponto de vista da cultura cultivada, a chamada alta cultura.

Segundo o pesquisador (1962: 20 e 21),

“É importante, também, que o observador participe do objeto de sua observação; é preciso, num certo sentido, apreciar o cinema, gostar de introduzir uma moeda num jukebox, divertir-se com caça-níqueis, acompanhar as partidas esportivas, no rádio, na televisão, cantarolar o último sucesso. É preciso ser um pouco parte da multidão, dos bailes, dos basbaques, dos jogos coletivos. É preciso conhecer esse mundo sem se sentir um estranho nele. É preciso gostar de flunar nos bulevares da cultura de massa”.

9. De acordo com Santos (1992: 18 e 19).

A partir daí, Morin acredita que é possível pensar o segundo método:

2. O da *totalidade*, que encara o fenômeno em suas interdependências e inclui o próprio pesquisador no sistema de relações.

Para Morin (1962: 21),

“Deve-se ao mesmo tempo evitar o empirismo parcelado, que – isolando um campo da realidade, acaba por isolá-lo do real – e as grandes ideias abstratas que – como televisionadas de um satélite artificial – só mostram um amontoado de nuvens acima dos continentes. É preciso seguir a cultura de massa, no seu perpétuo movimento da técnica à alma humana, da alma humana à técnica, lançadeira que percorre todo o processo social. Mas ao mesmo tempo, é preciso concebê-la como um dos cruzamentos desse complexo de cultura, de civilizações e de história que nós chamamos de século XX. Não devemos expulsar de nosso estudo, mas sim centralizar, os problemas fundamentais da sociedade e do homem, pois eles dominam nossos propósitos”.

O autor passaria anos (1977 – 1984) escrevendo sobre o tema nos seis volumes de “O Método”, reflexões que vão dar origem ao pensamento transdisciplinar e complexo¹⁰

10. Segundo Morin, “o pensamento complexo tira sentido da palavra latina *complexus*: tecido junto. Trata-se do pensamento que liga os conhecimentos separados. Por que ligar? Porque o conhecimento só é pertinente quando situado no seu contexto e na globalidade. Ligar, contextualizar e globalizar fazem parte da necessidade natural do conhecimento. Para saber ligar, entretanto, é preciso utilizar instrumentos de pensamento estranhos aos procedimentos científicos clássicos, que obedecem à causalidade linear simples, a uma lógica

defendido por Morin, de diálogo com as demais ciências para compreender o mundo, onde a comunicação, a educação e a cultura têm espaço privilegiado.

Em 1994, Morin lança com cientistas de diferentes áreas a Carta da Transdisciplinaridade¹¹, defendendo a importância da construção conjunta de saberes levando em consideração o mundo da vida e o cotidiano, analisado desde diferentes perspectivas, ciências e abordagens. Nesse contexto, o autor busca a compreensão da complexidade do ser humano.

Quanto ao papel das tecnologias, Morin (2003:08), afirma que vivemos ao mesmo tempo em sociedades de informação, de comunicação e de conhecimento. Ele acredita que estamos em sociedades de informações, até do ponto de vista físico, da teoria da informação (DVD, televisão digital, etc.), através de aplicações da teoria da informação.

Mas diferencia a informação, da noção de conhecimento. Para ele, o conhecimento (2003:08) é o resultado da organização da informação. “Na atualidade, temos excesso de informação e insuficiência de organização, logo carência de conhecimento”. Segundo Morin, essa é a razão para evitar o discurso publicitário que produz uma euforia que excede os ganhos conquistados e mascara os problemas surgidos.

rígida e que obedecem sobretudo ao princípio de separabilidade. O homem, por exemplo, que é ao mesmo tempo um ser físico, químico, cerebral, mental, espiritual, social e cultural, é estudado de maneira fragmentada: a física, a química, a biologia, o cérebro, o espírito, a cultura e a sociedade, a psicologia, etc. Ora, em realidade essa separação não nos permite de compreender a complexidade humana”. Entrevista concedida a Juremir Machado da Silva. Disponível em <http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/?p=1129>. Acesso em 15 de abril de 2013.

11. Disponível na..internet em <http://www.ihac.ufba.br/portugues/?p=6967>. Acesso em 15 de abril de 2013.

“Ao discurso eufórico que diz tudo comunica oponho outra afirmação: quanto mais desenvolvidos são os meios de comunicação, menos há compreensão entre as pessoas. A compreensão não está ligada à materialidade da comunicação, mas ao social, ao político, ao existencial, a outras coisas. Tudo consiste em fazer a diferença entre comunicação, informação, conhecimento e compreensão, porque não existe comunicação se o sujeito não compreender a mensagem”.

E complementa

“A compreensão humana é um tipo de conhecimento que necessita de uma relação subjetiva com o Outro, de simpatia, o que é favorecido, talvez, pela projeção, pela identificação, como ocorre quando vamos ao cinema ou lemos romances e simpatizamos com os personagens. A compreensão, mais do que a comunicação, ou em consequência desta, é o grande problema atual da humanidade.”

O fenômeno comunicacional não se esgota na suposição da eficiência do emissor, garante Morin, porque existe sempre um receptor dotado de inteligência na outra ponta da relação comunicacional. A mídia permanece um meio e a complexidade da comunicação continua a enfrentar o desafio da compreensão.

Para acompanhar a evolução do pensamento de Morin, é preciso entender o que ele conceitua como pensamento complexo (SILVA, 2011:01) e sua importância para conhecer e compreender a complexidade humana.

“O pensamento complexo tira sentido da palavra latina *complexus*: tecido junto. Trata-se do pensamento que liga os conhecimentos separados. Por

que ligar? Porque o conhecimento só é pertinente quando situado no seu contexto e na globalidade. Ligar, contextualizar e globalizar fazem parte da necessidade natural do conhecimento. Para saber ligar, entretanto, é preciso utilizar instrumentos de pensamento estranhos aos procedimentos científicos clássicos, que obedecem à causalidade linear simples, a uma lógica rígida e que obedecem sobretudo ao princípio de separabilidade. O homem, por exemplo, que é ao mesmo tempo um ser físico, químico, cerebral, mental, espiritual, social e cultural, é estudado de maneira fragmentada: a física, a química, a biologia, o cérebro, o espírito, a cultura e a sociedade, a psicologia, etc. Ora, em realidade essa separação não nos permite de compreender a complexidade humana”.

Mas isso merece um outro texto e mais reflexões...

Livros publicados por Edgar Morin:

- 1946, *L'An zéro de l'Allemagne*, La Cité Universelle, Paris
- 1951, *L'Homme et la mort*, Le Seuil, Paris. Em português: *O Homem e a Morte*, Europa América, Portugal, 1988. Imago, Brasil, 1997.
- 1956, *Le Cinéma ou l'Homme Imaginaire*, Minuit, Paris. Em português: *O Cinema ou o Homem Imaginário*. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 1997.
- 1957, *Les Stars*, Le Seuil, Paris. Em português: *As Estrelas de Cinema*. Lisboa, Livros Horizonte, 1980. *As Estrelas: Mito e Sedução no Cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

- 1959, *Autocritique*, Le Seuil, Paris
- 1962, *Chronique d'un été* (roteiro do filme, em colaboração com Jean Rouch), Interspectacle, Paris
- 1962, *L'esprit du temps*, Grasset, Paris. Em português: *Cultura de Massa no século XX - O espírito do tempo* vol.I *Neurose*, Forense Universitária, Brasil, 1977 vol. II *Necrose*, Forense Universitária, Brasil, 1977
- 1965, *Introduction à une politique de l'homme*, Le Seuil, Paris. Em português: *Introdução a uma Política do Homem e Argumentos Políticos*, Brasil, 1969
- 1967, *Commune en France: la Métamorphose de Plozévet*, Fayard, Paris
- 1968, *Mai 68: La Brèche* (em colaboração com Claude Lefort e Cornelius Castoriadis), Fayard, Paris
- 1969, *Le Vif du sujet*, Le Seuil, Paris
- 1969, *La Rumeur d'Orléans*, Le Seuil, Paris
- 1973, *Le Paradigme perdu: la nature humaine*, Le Seuil, Paris. Em português: *Enigma do Homem - Para uma nova Antropologia*, Zahar, Brasil, 1979. *Paradigma Perdido: a natureza humana*, Europa América, Portugal
- 1973, “Não se conhece a canção”. Petrópolis: Petrópolis, 1973. In *Linguagem da cultura de massas: televisão e canção*. Petrópolis. Revista Novas Perspectivas em Comunicação, Nº 6.
- 1974, *L'Unité de l'Homme* (com Massimo Piattelli-Palmieri), Le Seuil, Paris. Em português: *A unidade do homem*, Cultrix, Brasil, 1982
- **La Méthode** (6 volumes)
 - 1977, *La Nature de la nature* (t. 1), Paris: Le

- Seuil, Nouvelle édition, coll. Points, 1981. Em português: *Método I - A Natureza da Natureza*. Europa América: Portugal 1987. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- 1980, *La Vie de la vie* (t. 2), Le Seuil, Nouvelle édition, coll. Points, 1985. Em português: *O Método 2 - A Vida da Vida*. Europa América, 1999. Sulina, 2001.
 - 1986, *La Connaissance de la connaissance* (t. 3), Le Seuil, Nouvelle édition, coll. Points. Em português: *O Método 3 - O Conhecimento do Conhecimento*, Europa América, 1996. Sulina, 2002.
 - 1991, *Les Idées. Leur habitat, leur vie, leurs mœurs, leur organisation* (t. 4), Le Seuil, Nouvelle édition, coll. Points, 1996. Em português: *O Método 4 - As idéias: habitat, vida, costumes, organização*. Sulina, 2002. Europa América, 2002.
 - 2001, *L'Humanité de l'humanité* (t. 5), 1. L'identité humaine, Paris, Le Seuil. Em português: *O Método 5 - a humanidade da humanidade: a identidade humana*. Sulina, 2003. Europa América, 2003
 - 2004, *L'Éthique complexe* (t. 6), Le Seuil. Em português: *O Método VI - A Ética*. Europa América, 2005. Sulina, 2005.
- 1981, *Pour sortir du XX siècle*, Nathan, Paris. Em português: *Para sair do século XX - As grandes questões do nosso tempo*, Nova Fronteira, Brasil
 - 1982, *Science avec Conscience*, Fayard, Paris. Em português: *Ciência com Consciência*, Europa América, Portugal, 1984

- 1983, *De la Nature de l'URSS*, Fayard, Paris. Em português: *Da natureza da URSS - Complexo totalitário e o novo Império*, Europa América, Portugal
- 1984, *Sociologie*, Fayard, Paris. Em português: *Sociologia - A sociologia do micros social ao macroplanetário*, Europa América, Portugal
- 1985, *O problema epistemológico da complexidade*, Europa América, Portugal (debate realizado em Lisboa, dezembro de 1983).
- 1987, *Penser l'Europe*, Gallimard, Paris. Em português: *Pensar a Europa*, Europa América, Portugal, 1988
- 1989, *Vidal et les siens*, Le Seuil, Paris. Em português: *Vidal e os seus*, Instituto Piaget, Portugal
- 1990, *Introduction à la pensée complexe*, ESF, Paris. Em português:

Introdução ao pensamento complexo, Instituto Piaget, Portugal, 1995

- 1991, *Un nouveau commencement* (em colaboração com Gianluca Bocchi e Mauro Ceuti), Le Seuil, Paris.
- 1993, *Terre-Patrie* (em colaboração com Anne Brigitte Kern), Paris: Le Seuil. Em português: *Terra-Pátria*, Edições Sulinas, Rio Grande do Sul, 1996.
- 1994, *Mes Démons*, Stock, Paris. Em português: *Meus Demônios*, Edição portuguesa, Europa América, 1996. Edição brasileira, Bertrand-Brasil, 1997
- 1994, *La complexité humaine*, Flammarion, Paris
- 1995, *Une année Sysiphe*. Paris: Seuil. Em português: *Um Ano Sísifo: Diário de um Fim de Século*. Lisboa: Publicações Europa-América, 1998.

- 1996, *Pleurer, Aimer, Rire, Comprendre*, Arléa, Paris
- 1997, *Amour, Poésie, Sagesse*, Seuil, Paris
- 1999, *La Tête bien faite*, Le Seuil. Em português: *A cabeça bem feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- 1999), *Relier les connaissances*, Le Seuil. Em português: *Religando os saberes*. (coord.) Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- 1999, *L'Intelligence de la complexité*, com Jean-Louis Le Moigne, Éd. l'Harmattan. Em português: *A Inteligência da Complexidade*, com Jean-Louis Le Moigne.
- 2000, *Les Sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*, Le Seuil. Em português: *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. Cortez, 2000.
- 2003, *Éduquer pour l'ère planétaire, la pensée complexe comme méthode d'apprentissage dans l'erreur et l'incertitude humaine* (com Raul Motta, Émilio-Roger Ciurana), Balland. Em português: *Educar para a era planetária*. Cortez, 2003.

Referências

CNRS - Brasil. Disponível em <http://www.cnrs-brasil.org/>. Acesso 15 de abril de 2013.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1979.

HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz e FRANÇA, Vera. *Teorias da Comunicação: contextos, escolas e tendências*. Vozes: Petrópolis, 2001.

MORAGAS SPÀ, Miquel. *Teorías de la Comunicación: investigaciones sobre medios en Europa y América*. Editorial Gustavo Gili: Barcelona, 1981.

MORIN, Edgar. “A Comunicação pelo Meio (teoria complexa da Comunicação)”. Revista Famecos, no. 20, Porto Alegre, 2003. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/335/266>. Acesso em 15 de abril de 2013.

_____. *L'esprit du temps*. Paris: Grasset, 1962. (volume I, Neurose).

_____. *As Estrelas de Cinema*. Lisboa, Livros Horizonte, 1980.

_____. *Cultura de Massa no século XX - O espírito do tempo vol.I (Neurose)*. Ed. Forense Universitária, Brasil, 1977.

_____. _____. *Cultura de Massa no século XX - O espírito do tempo vol.II, (Necrose)*. Ed. Forense Universitária, Brasil, 1977.

SANTOS, Roberto Elísio dos. *Introdução à teoria da comunicação*. São Bernardo do Campo: EDIMS, 1992.

SILVA, Juremir Machado. Entrevista com Edgar Morin. Correio do Povo, edição on line. Disponível em <http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/?p=1129> . Acesso em 15 de abril de 2013.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

9.

As Ideias de Marshall McLuhan em sala de aula – praticando o tambor tribal

SANDRA SUELI GARCIA DE SOUSA¹

Introdução

Marshall McLuhan é um dos pensadores mais citados nos estudos sobre o rádio. Seu postulado a respeito dos meios como extensões do homem, aldeia global e meios quentes e frios permanecem analisados e ampliados por muitos estudiosos da área. Um dos textos mais celebrados em relação ao rádio é, sem dúvida, “O tambor tribal”. Revisitando o texto e comparando o que é dito com o ensino do radiojornalismo, destacamos a ideia em relação ao rádio como grande marcador do tempo de nossa época. A partir disso, adentramos nas características do rádio passadas aos alunos dos cursos de Jornalismo para verificar como o uso de parte da obra de McLuhan pode resultar em boas práticas de sala de aula.

1. Professora da Universidade de Uberlândia.

O professor W. Terrence Gordon, um dos biógrafos de Marshall McLuhan, afirma que foi a partir de uma crise em sala de aula que McLuhan passou a se interessar pela análise da mídia. Com apenas 25 anos de idade, o pensador canadense sentia-se distante dos alunos: “embora seus alunos na Universidade de Wisconsin fossem apenas cinco a oito anos mais novos, ele [McLuhan] sentia-se separado deles por uma geração. Ele suspeitava que isso tinha a ver com as formas de aprendizagem e pôs-se a investigar” (GORDON, 2002).

A investigação teve como foco as mídias consumidas por aqueles jovens e a partir dessas análises, no início dos anos de 1950, McLuhan publica obras que passam a estudar os meios de comunicação e suas relações sensoriais com as pessoas. A primeira delas trata da publicidade: em “*The Mechanical Bride: the Folklore of the Industrial Man*” (1951) analisa o conteúdo publicitário; na década seguinte lança “A Galáxia de Gutenberg” (1962) e “Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem” (1964).

[com essas obras] ele percebeu as dimensões de uma incipiente aldeia global em que os meios de comunicação começavam a estabelecer os limites e a dominar a conversação. Quando escreveu “moldamos nossas ferramentas e depois nossas ferramentas nos moldam”, estava descrevendo uma revolução da televisão e das telecomunicações, mas também estabelecia as implicações da rede de consumidores quatro décadas antes que ela desabrochasse (CARR, 2011).

Quando essas obras foram lançadas ocorria grande eferescência cultural em todo o mundo. Corriam os incríveis anos de 1960 e todo seu legado: contracultura, bandas de rock como Beatles, Rolling Stones, guerra do Vietnã, manifestações pelos direitos civis dos negros, revolução sexual e muitos outros acontecimentos significativos. Ao lado de

tudo isso, os governos, principalmente da América Latina, endurecem suas práticas, resultando em várias frentes de batalhas presentes em muitos lugares, inclusive no Brasil que vivia o período de ditadura militar.

Nos anos de 1960, o rádio já estava definitivamente instalado nos lares. McLuhan considerava o rádio um meio quente de alta definição, uma vez que requer a atenção integral do sentido do ouvir para que se capte a mensagem, prolongando, portanto, o uso do ouvido.

McLuhan reflete sobre o rádio num período de explosão dos meios eletrônicos. Na década de 60, o desenvolvimento do rádio foi moldado, em grande parte, pela chegada ao mercado de sucessivas gerações de receptores e pelas inovações tecnológicas no sistema de transmissão. A disseminação do transistor, por exemplo, favoreceu o aparecimento de aparelhos portáteis, livres de fios e tomadas dos antigos receptores a válvulas. Os custos de produção dos aparelhos portáteis caíram, permitindo sua popularização e alcance a um público ouvinte mais amplo. A inovação possibilitou a transformação da audiência antes coletiva em individual. Ao lado disso, houve uma expansão de emissoras FM, o que deu vida nova ao veículo estagnado pelo predomínio do AM. Na Europa, a FM favoreceu a criação de emissoras piratas e comunitárias; e no Brasil trouxe o incentivo comercial ao meio que perdia espaço para a TV na disputa das verbas publicitárias ao oferecer uma programação diversificada quanto aos estilos de música e à locução, além da qualidade sonora estéreo que se transformou em padrão de referência para a radiodifusão (DEL BIANCO, 2005, P. 157).

Nas palavras de Nélia Del Bianco, o mérito do pensador canadense é trazer à tona o poder de retribalização do

rádio (2005, p. 155). O meio ajuda as pessoas a se sentirem em comunidade, muito disso pela forma com que o rádio se dirige a quem está do outro lado do aparelho: fala com muitos como se estivesse falando com cada um em particular. É a famosa “conversa ao pé do ouvido” que atrai os ouvintes e os faz ficar imersos na sonoridade transmitida.

O rádio afeta as pessoas, digamos como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular. As profundidades subliminares do rádio estão carregadas daqueles ecos ressoantes das trombetas tribais e dos tambores antigos (MCLUHAN, 1974, pp. 336-337).

Para entender a comparação de McLuhan, basta pensarmos em como o uso do tambor pode envolver uma plateia, seja em tempos remotos ou no presente. No xamanismo, por exemplo, é o som do tambor que propicia o transe (e) levando ao êxtase. Nesse sentido, o som que vem do rádio tem afinidade com essa experiência, encaminhando o ouvinte a uma conexão íntima e ao mesmo tempo trazendo o sentimento de pertença – pertencimento a um grupo, uma tribo.

McLuhan, no entanto, distingue a forma como o rádio vai alcançar as pessoas a partir da formação da sociedade: uma sociedade letrada, industrializada, recebe a mensagem radiofônica diferente da sociedade pré-letrada, que estaria mais afeita à tradição.

Como a cultura letrada incentivou um individualismo extremo e o rádio atuou num sentido exatamente inverso, ao fazer reviver a experiência ancestral das tramas do parentesco do profundo envolvimento tribal, o Ocidente letrado procurou encontrar uma

espécie de compromisso com a responsabilidade coletiva, em sentido amplo (MCLUHAN, 1974, p. 339).

A dicotomia entre a sociedade da imprensa e a da eletricidade proposta por McLuhan leva-o a expor as transformações ocorridas no mundo a partir da criação de uma e outra. Nélia Del Bianco explica:

Ao analisar a passagem do modelo de comunicação linear da era tipográfica, fundada com a invenção de Gutenberg, para a era eletrônica, dominada pelo rádio e a televisão, McLuhan percebeu que a tecnologia cria uma ambiência por onde o homem transita. O conceito de ambiente se traduz na atmosfera, ou seja, em algo invisível, porém atuante na atividade humana a ponto de contribuir para produzir estilos de vida. Esse ambiente era uma espécie de segunda natureza que formava o próprio homem e moldava seus padrões e modos de perceber o mundo. Por essa relação, os meios tornavam-se “extensões do homem” como se fossem prolongamentos do corpo, próteses dos sentidos que condicionam mudanças em nosso comportamento (DEL BIANCO, 2005, pp. 153-154).

A extensão do meio rádio está não apenas no ouvido, prolonga-se, de acordo com McLuhan, ao sistema nervoso central (1977, p. 340). Para ele, os adolescentes também se aproveitaram do rádio em idos anos de 1950.

Hoje, o rádio propicia intimidade ao jovem, juntamente com os estreitos laços tribais do mundo do mercado comum, da canção e da ressonância [...]. Se sentamos e conversamos no escuro, as palavras de repente adquirem novos significados e texturas diferentes [...]. Todas as qualidades gestuais que a página impressa elimina na linguagem retornam à linguagem

no escuro – e no rádio. Quando se oferece apenas o som de uma peça teatral, nós a preenchemos com todos os sentidos e não apenas com a visão da ação. Este faça-você-mesmo, esta completação ou “fechamento” da ação desenvolve no jovem uma espécie de isolamento independente que o torna remoto e inacessível. A tela mística e sonora com que se revestem, ouvindo seu rádio, fornece intimidade para seu trabalho caseiro e imunidade em relação às ordens paternas (MCLUHAN, 1974, p. 340).

Vale registrar que o texto alcança em cheio os jovens da época que caminhavam rumo ao período libertário da década posterior. Registre-se ainda que a partir dos anos de 1950 surgiram as emissoras “piratas” na Inglaterra: rádios contrárias ao monopólio exercido pela British Broadcasting Corporation (BBC) que transmitiam, entre outros, de dentro de barcos procurando um meio de expressão próprio, com uma linguagem muito mais próxima aos anseios juvenis.

Perfurar o edifício do monopólio da BBC não foi difícil [...] [pois] quem quisesse ouvir pelo rádio os grupos ingleses Rolling Stones, Beatles ou The Who “ficaria a ver navios” e teria de contentar-se em escutar apenas músicas clássicas, juntamente com uma programação pouco atraente da BBC. E é desse espaço que as rádios piratas se aproveitam. Coube a elas apresentar as novidades musicais, e nesse contexto surge o disc-jóquei – uma criação tipicamente norte-americana (SOUSA, 1997, p. 34).

Trazendo este cenário para os dias atuais, observamos os jovens de hoje, tanto imersos em suas músicas escutadas com fones de ouvido, conectados em aparatos diversos, como compartilhando essas mesmas músicas, seja copiando-as ou simplesmente utilizando as várias redes

sociais presentes no mundo digital. Sem dúvida, é a forma com que hoje retribalizamos a prática auditiva fato preconizado por McLuhan naquele rádio do passado e que nos fala no presente².

Essa tendência natural do rádio em ligar intimamente os diferentes grupos de uma comunidade manifesta-se claramente no culto dos *disk-jockeys* e no uso que se faz do telefone, forma glorificada da velha interceptação de notícias na linha-tronco (MCLUHAN, 1974, p. 345).

Vinicius Andrade Pereira (2011) acredita que McLuhan, ao perceber as duas formas de sociedade, como dito acima, intuíra que as novas gerações estariam, na verdade, por experimentar formas de consciência a partir de dois momentos:

Primeiro momento: a passagem das sociedades orais para a escrita [...]. Nesse momento um modelo de consciência tribal, coletiva, apta a lidar com a simultaneidade dos acontecimentos e mensagens locais, cede espaço ao comparecimento de uma forma de consciência individualizada, fragmentada, apta a lidar com o sequencial e analítico, trazida com a escrita. Segundo momento: a passagem das sociedades fundadas em torno da escrita para uma sociedade que se organiza em função do advento das mídias eletrônicas [...]. Nesse momento McLuhan pontua a mudança de um modo de consciência individual para um modo conectivo, estendido, exteriorizado

2. Sobre este assunto vale conferir a interessante pesquisa de Ana Baumworcel, “Audiência ‘Nômade’ e Ouvido ‘Seletivo’: Marcas de uma ‘Tribo’ Juvenil” disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1326-1.pdf>

e não linear, capaz de lidar com o simultâneo novamente, porém de forma ainda mais complexa se comparado com o modo de consciência típica das sociedades orais, pré-letradas, uma vez que incorpora aos acontecimentos locais os globais e de diferentes culturas (PEREIRA, 2011, pp. 115-116).

Rádio: sistema nervoso da informação

A partir da constatação de que o rádio, quando do surgimento da televisão, foi transformado em um “sistema nervoso da informação” (MCLUHAN, 1977, p. 335), já que o entretenimento havia migrado para a televisão, propomos a aplicação das ideias do texto “O tambor tribal” em sala de aula.

A intenção é trabalhar a produção de um dos principais formatos utilizados no rádio, o radiojornal e toda a gama informacional que os ouvintes necessitam saber naquela hora e naquele instante. Para isso é necessário estabelecer uma ligação entre os ouvintes, mesmo separados fisicamente e que sequer se conheçam, pois como atesta o próprio McLuhan: “Notícias, hora certa, informações sobre o tráfego e, acima de tudo, informações sobre o tempo agora servem para enfatizar o poder nativo do rádio de envolver todas as pessoas por igual” (MCLUHAN, 1974, p. 335).

McLuhan percebe o tempo no rádio como a bússola que guia os ouvintes em relação ao momento. Um entendimento de ordem simbólica a respeito do tempo vem de Baitello Jr. (1999), na linha da semiótica da cultura. Segundo o autor, os sistemas comunicativos ordenam a sociedade e os símbolos servem para “regulamentar relações, convencionar significados e valores e portanto estabelecem ordem, tecem relações (*ordinare*, no latim significa, entre outras coisas, colocar os fios de um tecido em sequência)”

(BAITELLO JR, 1999, p.95). Desse sistema regulador, surge “um complexo sistema simbólico que se chama ‘tempo’” (BAITELLO JR, 1999, p. 97) e ainda:

O tempo como símbolo, como sistema simbólico, portanto, como texto cultural, passa a desempenhar um papel de vital importância na organização das sociedades, mas também de crucial complexidade e abstração, dada a sua natureza simbólica, vale dizer, social e contratual, vale dizer, histórica (BAITELLO JR, 1999, p. 97).

Baitello Jr credita a afirmação e reafirmação do tempo à mídia:

A mídia não apenas adota as imagens calendárias e/ou cronológicas do dia, da noite, da tarde, do período, da jornada e do jornal, da folha e da folhinha, como ritualiza suas aparições, suas formas e seus formatos, acentuando-lhes a função sincronizadora. Abrir um jornal ou apenas percorrer os olhos rapidamente sobre suas manchetes principais, sentar-se no carro e ouvir os jornais matutinos constituem alguns dos rituais mais resistentes deste século. Transformam-se os suportes, mudam os canais, as formas e os horários, mas esta comunhão simbólica com o tempo permanece inalterada (BAITELLO JR, 1999, p. 100).

A partir deste entendimento sobre a importância simbólica do tempo na rotina da sociedade moderna, é necessário lidar de maneira organizada com a estruturação da notícia no rádio. Além disso, é preciso entender que a forma como o rádio se relaciona com o tempo muda quando o meio passa a ser transmitido via internet.

Se a Internet trouxe para os outros média uma das suas mais poderosas características, a imediatez e instantaneidade, para a rádio trouxe aquilo que no éter não era possível: a possibilidade de congelar o tempo e de se converter num imenso arquivo sonoro vivo. No ciberespaço os média partilham agora o mesmo tempo. A Internet colocou num mesmo nível a temporalidade dos média – algo que não era possível alcançar nos suportes tradicionais. E pôs num mesmo plano passado, presente e futuro reconfigurando-os no tempo. Direto e diferido coexistem e convergem até não se distinguirem, confundindo a própria noção de tempo real: o de cada ouvinte, o da rádio, o de todos os que ouvem naquele momento, ou o tempo real que os relógios registam? O que é o tempo real, princípio base para o conceito de rádio? A rádio que temos hoje espelha a sociedade do fenómeno “multi”: múltiplos conteúdos, sejam generalistas, especializados ou hiperespecializados; múltiplos formatos; múltiplos dispositivos de escuta e plataformas de distribuição ou difusão, seja a hertziana, digital ou na Internet; múltiplos horários, hábitos e formas de escutar; múltiplas funções, públicos e modelos de negócio (REIS, 2011, p. 14).

Por isso, parte-se de um lugar seguro que permita aos alunos processarem a melhor maneira de se aventurar nas características radiofônicas, muito bem definidas por Gisela Ortriwano (1985), das quais destacamos: o **Imediatismo** – “os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem” (ORTRIWANO, 1985, p. 80); **Instantaneidade** – o ouvinte precisa estar exposto ao meio no instante exato em

que a mensagem é veiculada³; **Sensorialidade** – o rádio fala para muitos como se falasse em particular com cada um dos ouvintes.

O rádio envolve o ouvinte, fazendo-o participar por meio da criação de um “diálogo mental” com o emissor. Ao mesmo tempo, desperta a imaginação através da emocionalidade das palavras e dos recursos de sonoplastia, permitindo que as mensagens tenham nuances individuais, de acordo com as expectativas de cada um (ORTRIWANO, 1985, p. 80).

Autonomia – a partir do uso do transistor, o aparelho de rádio ganhou liberdade podendo ser levado a qualquer lugar e deixando a audição individualizada. O rádio atual que também está em ambiente *on line*, possibilita muitas outras formas de ser ouvido com o uso de vários aparatos tecnológicos. O que não pode ser perdido, no entanto, é a forma como a linguagem radiofônica é estruturada para que a mensagem tenha êxito junto aos seus ouvintes.

A partir da discussão do texto “O tambor tribal” de Marshall McLuhan os estudantes de Jornalismo podem fazer a travessia necessária para entender o alcance do rádio, principalmente em tempos virtuais, e seguir rumo às características e ao estudo da linguagem radiofônica. Isso porque o texto de McLuhan apresenta vários elementos importantes para entender o rádio e sua relação com os ouvintes e com o ambiente ao redor:

– o rádio leva o ouvinte a um mundo particular, mesmo estando “em meio às multidões” (McLuhan, 1974, p. 335);

3. Vale destacar que hoje as emissoras podem arquivar seu conteúdo para posterior audição com a digitalização sonora.

- envolve as pessoas umas às outras, hoje não mais simultaneamente, como vimos anteriormente;

- o rádio trabalha com uma “imagem auditiva”, uma imagem que cada um constrói na mente a partir do que é ouvido – aqui vale lembrar como é imprescindível o uso dos elementos da linguagem radiofônica: fala, efeitos sonoros, som ambiente, música e, se necessário, o silêncio para conseguir criar o universo auditivo que o ouvinte necessita para dar asas à imaginação quando exposto àquilo que ouve pelo rádio.

- o rádio traz intimidade;

- o rádio possui rapidez em passar a informação;

- McLuhan antevê que o rádio pode ir além do alcance de quarteirões: ao comentar que Platão dizia “que o tamanho certo de uma cidade era indicado pelo número de pessoas ao alcance da voz de um orador” (1974, p. 345), o canadense resgata essa afirmação dizendo que o rádio poderia muito bem ser o orador falando numa escala mundial. É um McLuhan a frente de seu tempo, pois não exatamente isso que as rádios na *web* estão fazendo?

Pois bem, a partir destes e outros tópicos não levantados, o aluno de Jornalismo estará diante de importantes parâmetros para entender a força da linguagem radiofônica e depois como proceder à organização da notícia, à estruturação de radiojornais e enfim, diante de microfones, fazer soar seu próprio tambor tribal.

A prática radiofônica pede um momento anterior de reflexão e após, com vozes inseguras a princípio, com risos nervosos que sempre escapam nos exercícios sonoros, os alunos podem lidar com a linguagem falada, ritmada, se a produção for praticada “ao vivo” – uma vez que muitas faculdades e universidades de Jornalismo possuem suas próprias rádios virtuais servindo como laboratório para a prática dos estudantes

– é possível ir além, envolvendo os ouvintes como toda a emissora de rádio costuma fazer.

Depoimentos sobre a disciplina de Radiojornalismo⁴

1. “O rádio tem uma história. É um dos principais meios de comunicação de massa existentes. Para muitos, é uma porta de entrada no mercado profissional e uma grande escola. Nele se aprende o improviso, geralmente por fazer uma transmissão ao vivo; impostar a voz; passar credibilidade; e além de tudo, trabalhar o imaginário das pessoas, já que não se utiliza do recurso da imagem. É um desafio agradável que os jornalistas do meio radiofônico enfrentam e enfrentarão para prender a atenção do ouvinte, com credibilidade, informação e competência. Um curso de Jornalismo, portanto, não poderia deixar de ter a disciplina de Radiojornalismo visto que o jornalismo nesse meio é tão importante e eficaz, pela sua rapidez, baixo custo e alcance. Porém, não é de qualquer maneira que se faz um programa ou matéria de rádio. Existe toda uma produção por trás: pauta, roteiro, texto, entrevista, decupagem, espelho, entre outros”.

Lucas Ferreira Martin, 7º período do curso de *Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU)*; cursou a disciplina *Radiojornalismo, Produção em Rádio (optativa)* e foi monitor em *Radiojornalismo*.

4. Os depoimentos são apenas indicativos de como os estudantes de Jornalismo assimilam as aulas da disciplina Radiojornalismo. No caso específico, são depoimentos de alunos do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, colhidos pela autora, por meio de correio eletrônico no mês de abril de 2013.

2. “O tambor tribal permeou as discussões e as ações durante as aulas de Radiojornalismo da Universidade Federal de Uberlândia. Estudar as teorias de McLuhan sob uma perspectiva de convergência tecnológica – momento no qual estamos vivendo – tornou a disciplina mais atrativa e desafiadora. Como compreender o alcance do rádio e produzir conteúdo para esse meio? Como unir o vasto conhecimento de todos os alunos sobre a Internet – meio usado para veicular a produção dos discentes – à prática da comunicação radiofônica, até então desconhecida? Compreender os estudos de McLuhan foi um passo importante na busca pelas respostas.

A partir da análise dos textos de McLuhan, vimos que o rádio é um meio que “fala” com o ouvinte através de uma linguagem que aproxima. Entendemos, portanto, que a simplicidade era essencial na produção das notícias. A informação deve ser clara, objetiva, mas, ao mesmo tempo, interessante, de modo que o ouvinte mantenha a atenção ao que está sendo dito. Outro fator importante são os elementos usados durante a transmissão: falas, efeitos sonoros, som ambiente e música são indispensáveis para conseguir se criar um ambiente “agradável aos ouvidos”. Por fim, a possibilidade de se atingir grandes distâncias foi ampliada com o uso da Internet para divulgação dos materiais produzidos, uma vez que seu alcance vai além das antenas do rádio. Além disso, a Internet imprimiu mais velocidade à notícia e passou a exigir mais habilidade, segurança e capacidade de improviso por parte dos jornalistas.

No curso de jornalismo da UFU foi criada a Rádio In, uma rádio online hospedada em uma plataforma digital cujo principal intuito é divulgar o material produzido durante as aulas. Ao aliarmos os conhecimentos de McLuhan à prática tornou-se claro a

importância do microfone – e do modem, por que não? – como ferramenta que possibilita a “retribalização”. Considerando, ainda, que o meio escolhido ampliou a propagação, foi possível levar os estudos de McLuhan a uma outra perspectiva, a da tecnologia como meio facilitador da comunicação”.

Mariana Goulart Hueb, 7º período do curso de *Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU)*; cursou a disciplina *Radiojornalismo e Produção em Rádio (optativa)*.

3. “O radiojornalismo é senão a emancipação clara da localidade. Ainda que intensamente agregado ao regional e ao contexto daqueles que o produzem, o rádio se tornou hoje uma união de vozes que, paradoxalmente, não formam uma cacofonia de ideias, mas, sim, uma singela simplificação de personalidades e registros incomuns do cotidiano. Falar sobre o rádio (veja só o clichê) me é muito suspeito: com um projeto radiofônico já concluído diante a cultura local de Uberlândia, e um segundo em andamento em parceria com a professora Sandra Garcia, só me faz perceber o quanto o radiojornalismo ainda me intriga ao possibilitar um espectro de possibilidades da própria comunicação. Ao contrário da televisão, o rádio investe em si próprio ao juntar de norte ao sul e também ao possibilitar, mesmo que aos poucos, a democratização dos veículos diante a participação instantânea da expressão verbal do ouvinte. A prática de Radiojornalismo apenas no quarto semestre do curso de Comunicação Social serviu para corroborar com esta ideia inovadora de que já tinha do rádio – que, em meio a cultura industrial de massa, é um veículo de comunicação que ainda atinge boa parcela

de nossa sociedade, seja na beira do rio, no nordeste ou nas videiras, ao extremo sul do Brasil”.

Carlos Gabriel Ferreira, 5º período do curso de *Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU)*; cursou a disciplina *Radiojornalismo*.

4. “A disciplina de Radiojornalismo foi bastante satisfatória, principalmente do ponto de vista do equilíbrio entre teoria e prática. A forma como foi planejada a produção dos Radiojornais, envolvendo todos os alunos em funções diferentes, foi muito importante para compreender os bastidores da construção dos programas.

Durante a produção dos quatro programas, os alunos exerceram funções de apresentador, produtor, repórter, repórter de serviço e redator. A passagem por todos esses cargos permitiu não só o aprendizado, mas a experiência. Experiência que compreende o trabalho em grupo, o qual necessita, primeiramente, estar em harmonia para funcionar. Somado a isso, os membros desse grupo se relacionam diretamente e dependem um do outro; isto é, se uma das partes não trabalhar adequadamente, o produto final fica bastante comprometido.

No contexto de produção do Radiojornal, tivemos que trabalhar muito em tempo limitado. Isso foi muito importante, visto que pudemos compreender a velocidade presente na construção do radiojornal, no qual tivemos que escrever, organizar, entrevistar e pesquisar de forma rápida. Em alguns momentos, tivemos que reescrever determinadas notícias, dadas as mudanças que sofreram em curtos períodos de tempo. O radiojornal, por utilizar o fato como matéria prima de sua produção, é ágil e efêmero. Vivenciar essa prática foi essencial.

A construção dos radiojornais concretizou o aprendizado teórico em sala de aula. O tempo que dedicamos à

prática no Rádiojornalismo se tornou imprescindível e suficiente para compreendermos como é o contexto de produção de um rádiojornal. A consequência é a junção do conhecimento teórico e prático, resultando no aprendizado de qualidade”.

Daniela Malagoli, 5º período do curso de *Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU)*; cursou a disciplina *Rádiojornalismo*.

5. A aliança entre teoria e prática é significativamente importante no curso de Comunicação Social: Jornalismo da UFU. Primeiro, porque o campo de estudos da comunicação é tratado aqui como sendo extremamente transdisciplinar e, em minha opinião, o diálogo entre as áreas dos saberes se dá, sobretudo, nesta aliança. Segundo, pela razão de que é na rotina de produção, na correria, que possivelmente aquilo que estava no campo do conhecimento teórico migra-se, em alguma quantidade, para o campo do conhecimento prático.

Os rádiojornais que tivemos a oportunidade de produzir ao longo da disciplina Rádiojornalismo foram fundamentais. No processo, ensaiávamos em uma semana e gravávamos em outra. As orientações da professora, tanto nos ensaios quanto nas gravações, traziam-nos lembranças de conceitos aprendidos em todos os períodos estudados. Tais lembranças permitiram-nos entender as peculiaridades do texto de rádio e o processo de criação e implementação de ideias como um todo.

Isley Borges, 5º período do curso de *Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU)*; cursou a disciplina *Rádiojornalismo*.

Por fim

Herbert Marshall McLuhan faria cem anos em 2011. Ele nasceu na capital da província de Alberta, na cidade de Edmonton, Canadá, no dia 21 de julho de 1911. Graduou-se em Literatura Inglesa na Universidade de Manitoba, Canadá, onde também fez mestrado em Artes e Língua Inglesa.

O teórico dos meios de comunicação sempre foi amado e odiado: visto por muitos como um charlatão, suas obras foram acusadas de não seguirem os rigores científicos. Ao mesmo tempo, foi aclamado, principalmente pelos próprios meios de comunicação. O reconhecimento de sua importância começou nos anos de 1990, a partir do avanço da tecnologia digital.

Marshall McLuhan é um dos principais teóricos da chamada Escola Canadense de Comunicação, figurando ao lado de Erick Havelock e Harold Innis. Essa corrente preocupou-se com os meios de comunicação enquanto geradores de efeitos tecnológicos na sociedade. Coube a Harold Innis, professor de economia política na Universidade de Toronto, o pioneirismo nessas ideias, mas McLuhan aprofundou o assunto e trouxe mais questões ao debate.

As ideias mais estudadas de McLuhan dizem respeito aos meios quentes e meios frios da comunicação; aos meios como extensões do homem; o meio é a mensagem e a aldeia global. Os meios quentes seriam aqueles que necessitam de um alto grau de envolvimento da plateia, sendo meios de alta definição a prolongarem um único sentido. Os exemplos são a fotografia, o cinema, o rádio e outros. Já os meios frios são de baixa definição e quem está exposto a eles precisa completar a informação, caso da televisão, do telefone, das caricaturas, etc.

Em os meios como extensões do homem, o canadense percebe que as mídias são um prolongamento da fisiologia humana. O telefone é uma extensão do ouvido; a roda, uma extensão do pé; o livro, uma extensão do olho...

[...] Esta tomada de posição habilitou o autor a empreender uma pesquisa exploratória, na qual o circuito elétrico inteiro e todas as coisas que a ele ligamos (e com ele ligamos) representam acréscimos ao nosso sistema nervoso [...]. Eis porque entender (os mecanismos de funcionamento da) mídia eletroeletrônica requer conhecimento prévio do que é e como opera o circuito elétrico. As tecnologias anteriores à era do eletrônico eram parcelares e fragmentadas; a eletricidade é totalizadora e inclusiva (TRINTA, 2011, p. 48).

“O meio é a mensagem” foi utilizada primeiramente por Erick Havelock. McLuhan se valeu da frase para des-trinchar a forma como a tecnologia muda o ambiente e as relações. O meio é visto de forma abrangente, pois essa palavra, conforme Pereira (2011, p. 127), assume diversos significados em McLuhan.

Ao utilizar o termo “aldeia global”, McLuhan se referia à televisão e ao fato de, mesmo estando em locais separados, o público ser inserido em um mesmo tipo de assunto, conforme atesta Vinicius Andrade Pereira (2011):

O que se irá observar é que sob a ideia da *aldeia global* McLuhan estará apresentando uma aguçada intuição de que um processo de trocas de informações cada vez mais rápido e intenso havia se iniciado e que levaria à perda ou, ao menos, a uma transformação profunda das referências nas quais as culturas costumavam se orientar, envolvendo todos em torno de acontecimentos comuns, de forma única, tal como nas pequenas vilas ou cidadezinhas, porém abarcando o mundo inteiro (PEREIRA, 2011, pp. 151-152).

Neste momento, segundo Pereira (2011, p. 152), McLuhan “antecipa a ideia de uma grande rede de comunicação, tal como

se dá hoje, com a Internet”. Basta ver que nos últimos anos de vida de McLuhan o mundo continuava mudando diante do avanço tecnológico, o que não passou despercebido por ele.

O pensamento de Marshall McLuhan continua a ser estudado e desenvolvido por muitos estudiosos. No Brasil, por exemplo, a partir de 2011 foram lançadas pelo menos duas obras sobre o autor: o *e-book* “100 anos de McLuhan”, organizado por João Curvello, Pedro Russi e Janara Sousa, a partir de um seminário ocorrido na Universidade de Brasília e o livro “Estendendo McLuhan: da Aldeia à Teia Global”, de Vinicius Andrade Pereira, que lança novos olhares às ideias do canadense, principalmente em relação à memória.

Referências

BAUMWORCEL, Ana. **Audiência “Nômade” e Ouvido “Seletivo”: Marcas de uma “Tribo” Juvenil**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012.

CARR, David. **Se funciona está obsoleto**. Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/link/tag/mcluhan/>. Acesso em 30 de março de 2013.

DEL BIANCO, Nélia. O tambor tribal de McLuhan. In: MEDITSCH, E. (org.). **Teorias do Rádio, textos e contextos**, vol. 1. Ed. Insular, Florianópolis, SC, 2005.

FONSECA, Mariane Carla e BOMFIM, Filomena Maria Avelina. Marshall McLuhan meios, mensagens, determinismo e esquecimento na aldeia global. In: CURVELLO, João, RUSSI, Pedro e SOUSA, Janara (org.). **100 anos de McLuhan**. Brasília, DF: Casa das Musas, 2012. Disponível

em <http://teoriasetecnologiasdacomunicacao.org/wp-content/uploads/100anosMcLuhan-ebook.pdf>. Acesso em 02 de abril de 2013.

GORDON, Terrence W. **Marshall Who?** Disponível em: <http://www.marshallmcluhan.com/biography/>. Acesso em 24 de março de 2013.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Cultrix, São Paulo, 1974 (3ª. Edição).

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo, Summus, 1985.

PEREIRA, Vinicius Andrade. **Estendendo McLuhan: da Aldeia à Teia Global**. Editora Sulina, Porto Alegre, 2011.

REIS, Isabel. **A reconfiguração da temporalidade da rádio na era da Internet**. In: A rádio na frequência da web, Revista Comunicação e Sociedade, no. 20, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Húmus, 2011.

SOUSA, Sandra Sueli Garcia de. **Rádios Ilegais: da legitimidade à democratização das práticas**. Dissertação de Mestrado, Universidade Metodista de São Paulo, Umesp, 1997.

TRINTA, A. R. Explorations e probes ou encontrando McLuhan. In: CURVELLO, João, RUSSI, Pedro e SOUSA, Janara (org.). **100 anos de McLuhan**. Brasília, DF: Casa das Musas, 2012. Disponível em <http://teoriasetecnologiasdacomunicacao.org/wp-content/uploads/100anosMcLuhan-ebook.pdf>. Acesso em 02 de abril de 2013

10.

Estudos Culturais aplicados a pesquisas em comunicação

ANA LUIZA COIRO MORAES¹

Introdução

Instigando as novas gerações de investigadores em comunicação a “romper as fronteiras do gueto acadêmico”, Marques de Mello apresentou, em 2005, *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*, obra organizada por Duarte e Barros. Nessa apresentação, ele alertava para a necessidade de um redimensionamento da comunicação, “em diálogo permanente com as outras áreas do saber”, que deve levar

1. Professora Visitante do Programa de Pós-Graduação e do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), com pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

em conta, no entanto, a responsabilidade de produzir conhecimento crítico. E para erigir tal conhecimento, recomenda que se parta do “pressuposto epistemológico de que o método de cada disciplina vai sendo construído empiricamente” (MELLO, 2005, p.5 e 12).

As observações desse autor, cuja atuação se confunde com a própria trajetória da pesquisa brasileira em comunicação, justificam a reflexão que aqui se faz sobre o caráter teórico-metodológico das pesquisas em comunicação organizadas ao amparo dos estudos culturais (EC), investigando seu arcabouço conceitual e os padrões formadores de suas práticas de análise, efetivadas nas tantas especificidades, particularidades e contextualizações de toda a sorte de conjunturas sociais hoje articuladas em seu nome.

Neste sentido, o artigo se insere no debate que, antes de tudo, visa legitimar a própria área da comunicação frente às ciências sociais e humanas, segundo categorias analíticas e procedimentos metodológicos dos EC. Isso porque, dentre os múltiplos discursos, formações e conjunturas abarcadas pelos EC, de acordo com Williams (1989, p.152) é possível “defini-los mais precisamente” junto aos “estudos de mídia, à sociologia comunitária, à ficção ou à música popular”.

No caso dos estudos de mídia, perguntas como “o que é, afinal, Estudos Culturais?”, “onde estão os Estudos Culturais” ou “os Estudos Culturais têm futuro?”² vêm sendo formuladas (e respondidas) por teóricos que se propõem a indicar como esta corrente de pensamento deve ser utilizada. Assim, perguntas (e respostas) como estas dão conta da necessidade de se demarcar os princípios que instituem e são responsáveis pela permanência dos EC no universo das pesquisas de cunho cultural. E, ao indicar princípios,

2. JOHNSON (2000); SCHWARZ (2000); GROSSBERG (2006).

estes e tantos outros teóricos dos EC estão sugerindo caminhos a trilhar nas pesquisas deste campo, dando pistas para a instrumentalização de seu corpo teórico ou, dito de outra forma, sugerindo procedimentos analíticos e metodológicos para a utilização dos EC.

O que inicialmente está dado é que tais perguntas revelam, de acordo com Costa (2003, p. 36), preocupações em torno do conceito de cultura, que a partir do advento dos EC passa a ser “entendida em um espectro mais amplo de possibilidades no qual despontam os domínios do popular”. De fato, sob os EC, a conceituação de cultura deixa de lado sentidos elitistas que compreendem tão somente a tradição literária e artística, o saber acadêmico e padrões estéticos ligados à erudição, e passa a contemplar, também, “o gosto das multidões”, incluída aí a fruição dos espetáculos dirigidos às massas, em última instância, a produção midiática.

É assim que podemos nos referir, por exemplo, à cultura de massa, típico produto da indústria cultural ou da sociedade *techno* contemporânea, bem como às culturas juvenis, à cultura surda, à cultura empresarial, ou às culturas indígenas, expressando a diversificação e a singularização que o conceito comporta (COSTA, 2003, p. 36-37).

Importante a reter aqui é que este princípio de diversificação e singularização que perpassa o conceito no plural— *culturas* —, além das novas e inclusivas possibilidades de perceber as diferenças e particularidades no interior de uma cultura nacional, por exemplo, está marcado, no âmbito dos EC, por sua característica como “área onde diferentes disciplinas interatuam, visando ao estudo de aspectos culturais da sociedade”. Trata-se, então, de “um campo de estudos em que diversas disciplinas se interseccionam no estudo de aspectos culturais da sociedade

contemporânea, constituindo um trabalho historicamente determinado” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 34).

Os estudos culturais são um campo interdisciplinar onde certas preocupações e métodos convergem; a utilidade dessa convergência é que ela nos propicia entender fenômenos e relações que não são acessíveis através das disciplinas existentes. Não é, contudo, um campo unificado. (TURNER, 1990, *apud* ESCOSTEGUY, 2010, p. 34).

De tal modo, levando em conta o caráter interdisciplinar dos EC, bem como a sua recusa e se compartimentar em disciplinas acadêmicas, e posturas como a de França (2002, p.51), que afirma que “o campo da comunicação ainda não constituiu com clareza seu objeto, nem sua metodologia”, é que se faz este movimento na tentativa de, se não romper as fronteiras dos guetos acadêmicos, no mínimo, esgarçar-lhes os limites.

Um breve histórico das origens investigativas dos Estudos Culturais

Raymond Williams, Richard Hoggart e Edward Thompson são apontados como fundadores dos *cultural studies* britânicos, por sua contribuição teórica e metodológica para a transformação radical do conceito de cultura. Esses autores, das primeiras gerações emergentes das classes operárias para o ambiente acadêmico, foram beneficiados por melhorias nas políticas públicas britânicas voltadas à educação. Por isso mesmo estavam aptos a falar de um lugar diferente, o que não foi, no entanto, um espaço conquistado sem conflitos, sem negociações. De acordo com Costa (2000, p. 28), em seus textos, eles “expressavam, sobretudo,

as tensões de estudantes de origem popular que, ao completar sua formação universitária, debatiam-se em uma ambivalente identidade cultural constituída por dois mundos antagônicos”. Assim, por suas origens, formularam análises que agregavam o ponto de vista de autênticos integrantes da cultura “plebeia”, articulando experiências e vivências do próprio entorno social. Por outro lado, por sua formação, eles reuniam condições para se afastarem das definições elitistas defendidas pelos principais intelectuais da época e, ao mesmo tempo, sedimentar um referencial teórico que levou à compreensão da *cultura como a esfera do sentido que unifica os setores da produção e das relações sociais e pessoais*.

A importância dos textos inaugurais desses autores – *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggart, *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams, e *The Making of the English Working-class* (1963), de Edward Palmer Thompson – é destacada por Hall (2003 [1980]), que os qualifica como “seminais e de formação”.

Em *The Uses of Literacy*, traduzido em 1973 para o português como *As utilizações da cultura: aspectos da vida da classe trabalhadora, com especiais referências a publicações e divertimentos*, o sociólogo Richard Hoggart investigava os usos que as classes proletárias faziam do próprio letramento. Ele tinha como pressuposto que as mudanças operadas nestas classes no contato com o mundo que lhes era externo (os meios de comunicação, por exemplo), quando ocorrem, têm a sua convivência. E, mais ainda, os efeitos das publicações populares não são tão consideráveis, “uma vez que as pessoas das classes proletárias opõem a todas as mudanças uma resistência tradicional e interior” (HOGGART, 1973 [1957], p.16). Ele percebia nessas publicações, produzidas sob organização comercial, em larga escala e em busca de lucro, uma situação de confronto entre os valores “antigos” das classes proletárias e o apelo a sexualidade e violência, tônica do novo entretenimento que se

dirigia ao povo. Para entender as razões pelas quais as pessoas elegiam como prediletas essas produções culturais, ele indicava que, sobretudo, é preciso atentar para o seu interesse “pelos pormenores mais insignificantes da condição humana”, que parte do pressuposto de que “a vida humana em si é fascinante”. Ele acreditava que tais particularidades, apreendidas pela indústria cultural, constituem-se em matéria-prima para o sucesso dos produtos dirigidos às massas, e, por isso, “os indivíduos do proletariado tanto apreciam os folhetins radiofônicos passados num meio pequeno burguês, os quais refletem geralmente as minúcias da vida quotidiana”. E são também essas razões “que levam os jornais de grande tiragem a apresentar as notícias em estilo de ficção de baixo nível” (HOGGART, 1973 [1957], p.144-145).

É preciso salientar, no entanto, que a virada de paradigma que o lançamento de *The Uses of Literacy* significou na investigação dos produtos midiáticos não foi estabelecer uma nova maneira de relacioná-los às audiências; o novo foi considerar esse tipo de produção como cultura. Além disso, sua tentativa de investigar os efetivos significados dos relatos colhidos nas pesquisas de campo que realizou, resultou na metodologia que doravante marcaria os EC. Trata-se, nas palavras de Gomes (2003, p. 6) de um “método mais requintado de análise oriundo dos estudos literários associado a observações de caráter etnográfico”. Mais do que a minuciosa pesquisa de campo que procedeu, Hoggart aconselhava, no que diz respeito à postura do analista diante dos dados coletados:

Devemos tentar ver, para além dos hábitos, aquilo que os hábitos representam, ver através das declarações e respostas o que estas realmente significam (significado que pode ser oposto a essas próprias declarações), detectar os fatores emocionais subjacentes a expressões idiomáticas e práticas ritualísticas (HOGGART, 1973 [1957], p.20-21).

Hall (2003, p. 131), ao comentar as “*rupturas* significativas” que sinalizaram a emergência dos EC como problemática distinta, refere-se ao livro de Hoggart como um marco, no sentido de promover uma mudança de perspectiva em relação à produção intelectual que lhe antecederara.

As utilizações da cultura propôs-se — muito no espírito da “crítica prática” — a ler a cultura da classe trabalhadora em busca de valores e significados incorporados em seus padrões e estruturas: como se fossem certos tipos de “textos”. Porém, a aplicação desse método a uma cultura viva e a rejeição dos termos do debate cultural (polarizado em torno da distinção alta/baixa cultura) foi um desvio radical (HALL, 2003 [1980], p. 132).

O que não significa que Hoggart encarasse as produções culturais consumidas pelas classes proletárias como inovadoras. Ele as via inseridas no sistema capitalista de produção centralizada, seguindo seu modelo de gestão, organização e distribuição, com a mesma racionalidade técnica que caracteriza os demais produtos industrializados. Hoggart (1973, p. 280) considerou o mercado como a categoria capaz de atenuar as distinções entre cultura popular autêntica, erudita e de massa, mas promovendo “um tipo mais medíocre de cultura sem classe ou... uma cultura ‘sem rosto’”. Isso porque, a indústria do entretenimento produzia para essa nova “audiência sem classes”, ignorando demarcações sociais, por simples razões mercadológicas.

Edward Thompson, historiador, ex-membro do Partido Comunista, ajudou a formar a New Left a partir de sua preocupação em romper com o direcionamento político definido pelo partido, em Moscou, e superar o pensamento estruturado na dicotomia base/superestrutura, sob o seu ponto de vista inadequada por estar

dotada de uma inerente tendência ao reducionismo ou ao determinismo econômico vulgar, classificando atividades e atributos humanos ao dispor alguns destes na superestrutura (lei, arte, religião, moralidade), outros na base (tecnologia, economia, as ciências aplicadas), e deixando outros ainda a flunar, desgraçadamente, no meio (linguística, disciplina de trabalho). Nesse sentido, possui um pendor para aliar-se com o pensamento positivista e utilitarista, isto é, com posições centrais não do marxismo, mas da ideologia burguesa (THOMPSON *apud* LIMA, 2005, s/p).

A New Left, movimento político e intelectual surgido nos anos 1950, segundo Cevasco (2001, p.123), em seu primeiro momento tentava “através do programa materialista, compreender a realidade da experiência da vida sob o capitalismo na sua feição britânica pós-imperial”³. Como Williams, engajado em programas de educação de trabalhadores, Thompson propôs uma revisão crítica do marxismo e uma nova interpretação da história, sob o ponto de vista da classe operária. Para tanto, considerou o processo de sua constituição, levando em conta a subjetividade, a relação entre as classes, a cultura. No prefácio de *The Making of the English Working-class*, ele declarava a ideia de lançar mão da experiência dos “de baixo”:

3. Proliferavam os *New Left Clubs*, ambientes de discussões sobre o marxismo que também funcionavam para a disseminação das artes. Cevasco (2001, p. 124) cita a literatura dos *Angry Young Men*, o *Free Cinema*, o *New Drama* e o *jazz* dentre as manifestações artísticas presentes nos *New Left Clubs*. Além da atuação institucional da New Left na educação para adultos, a revista *New Left Review* e a editora Verso formavam a via impressa do “bem-sucedido projeto intelectual de atualização do marxismo na e a partir da Grã-Bretanha”.

Estou procurando resgatar o pobre descalço, o agricultor ultrapassado, o tecelão do tear manual ‘obsoleto’, o artesão ‘utopista’ [...] Suas habilidades e tradições podem ter-se tornado moribundas. Sua hostilidade ao novo industrialismo pode ter se tornado retrógrada. Seus ideais comunitários podem ter-se tornado fantasias. Suas conspirações insurrecionais podem ter-se tornado imprudentes. Mas eles viveram nesses períodos de extrema perturbação social, e nós, não (THOMPSON, 1987 [1963], p.10).

Este chamado, entretanto, não serviu ao propósito de compor um tratado histórico sobre as classes sociais inglesas ou por posicionar os trabalhadores no papel de sujeitos predestinados à redenção da humanidade; para Fortes (2006, p. 208), o livro de Thompson permanece instigante

por oferecer uma narrativa na qual seres humanos explorados e oprimidos por forças econômicas e políticas avassaladoras vivenciam a destruição do seu modo de vida e dos seus valores e, por vias diversificadas e não raro contraditórias, pouco a pouco constroem uma nova cultura, estabelecem sua presença coletiva e diferenciada como um novo divisor de águas no cenário nacional de uma potência capitalista hegemônica e legam à posteridade valores políticos revolucionários de impacto duradouro.

Este autor aponta ainda a semelhança entre a ideia de determinação defendida tanto por Thompson quanto por Williams, que difere da “forma mecanicista da ortodoxia marxista, que imaginou ser possível tomar a estrutura produtiva como dado naturalizado preexistente e dela deduzir o caráter das classes sociais” (FORTES, 2006, p. 208). Se o protagonismo político e social da classe operária foi determinado pela ação do capitalismo inglês, é preciso considerar que, para

Thompson (como em Williams), a centralidade desse processo é na cultura, pensada como força produtiva a partir do foco no que é efetivamente vivido pelos sujeitos, estes sim, a partir de suas ações, gerando as determinações no interior das condições e especificidades de classe.

Raymond Williams, professor e crítico literário, publicou em 1958 o livro *Cultura e sociedade* e o ensaio *Culture is ordinary*. Em ambos, a palavra de ordem “a cultura é ordinária” marca a sua forma de responder a questões teóricas articuladas a problemas políticos, confrontando duas conflitantes visões de mundo que se cristalizavam na Inglaterra desde o século XIX. A primeira delas movia-se entre uma compreensão aristocratizante da cultura, como forma de comportamento de “pessoas distintas”, e o elitismo da tradição conceitual herdada, principalmente, de dois teóricos: Arnold e Leavis⁴. A outra, como já se comentou, transitava entre a rigidez e o utilitarismo dos aparatos ideológicos de que se valia a incipiente esquerda inglesa da época. Williams buscou explicitar a força das estruturas políticas e históricas nos produtos e produções culturais, incorporando alguns conceitos do pensamento pós-marxista, como o de hegemonia, de Gramsci.

A definição tradicional de “hegemonia” é poder ou domínio político, especialmente nas relações entre Estados. O marxismo ampliou essa definição para as relações entre as classes sociais, especialmente a definições de uma *classe dominante*. “Hegemonia”

-
4. Mathew Arnold (1822/1888) defendia uma noção de cultura ligada a conhecimento, a erudição, o que segundo Costa (2000, p.15), seria algo como conceber a cultura no sentido do “melhor que se tenha pensado e dito no mundo”. Frank Raymond Leavis foi figura central da crítica literária inglesa dos anos 1930 a 1950, e construiu um conceito de ‘alta cultura’ sem vínculos com sistemas econômicos, técnicos ou sociais.

adquiriu então outra significação na obra de Antonio Gramsci, realizada em condições muito difíceis, numa prisão fascista, entre 1927 e 1935. [...]

Gramsci estabeleceu uma distinção entre domínio e “hegemonia”. O “domínio” é expresso em formas diretamente políticas e em tempos de crise, pela coação direta ou efetiva. Mas a situação mais normal é uma complexa combinação de forças políticas, sociais e culturais, e a “hegemonia”, de acordo com diferentes interpretações, é isso, ou as forças sociais e culturais ativas que são seus elementos necessários. [...] Decisivo não é apenas o sistema consciente de ideias e crenças, mas todo o processo social vivido, organizado praticamente por significados e valores específicos e dominantes (WILLIAMS, 1979 [1977], p. 111-112).

De toda sorte, foi no contato (e discussão) com o pensamento de Lukács, Brecht, Althusser, Escola de Frankfurt, Círculo de Baktin e, especialmente, a partir do conceito de hegemonia, retomado por Williams como noção central na descrição do processo de produção e reprodução da cultura, que se consolidou o que ele chamou de “sua posição”:

Demorei trinta anos para sair da posição marxista vigente (mesmo que desde o começo estivesse de acordo com sua forma mais geral) e chegar, através de um processo muito complexo de teorias e de investigações, à posição atual, que defino como “materialismo cultural” (WILLIAMS, 2011 [1976], p.331).

Dessa forma, é possível dizer que o materialismo cultural de Williams se constrói em interlocução e amplia o materialismo histórico de Marx e Engels, formulando uma teoria cuja ênfase é “na produção (e não apenas na reprodução) de significados e valores por formações sociais

específicas; no primado da linguagem e da comunicação como forças sociais formativas; e na interação complexa tanto das instituições e formas quanto das relações sociais e convenções formais” (WILLIAMS, 2011 [1976], p.331).

O materialismo cultural se fundamenta na e subsidia a análise cultural, reivindicando para os meios de comunicação o *status* de meios de produção, o que, segundo Cevalco (2001, p. 148), se constata na análise das práticas culturais de “um mundo em que se tornou impossível, observando, por exemplo, o uso dos novos meios de comunicação, em especial a televisão e o cinema, e as mudanças formais da propaganda e da imprensa, separar as questões ditas culturais das políticas e econômicas”.

De fato, o materialismo cultural é propositivo, seu projeto para os meios de comunicação inclui a indicação de mudar “suas funções contemporâneas usuais de mercadorias ou de elementos de uma estrutura de poder” (WILLIAMS, 2011 [1978], p. 85). Dessa forma, se em 1961 *The long revolution* já trazia muito do “debate contemporâneo sobre o impacto cultural dos meios massivos”, posicionando-se, no entanto, com “certo pessimismo em relação à cultura popular e aos próprios meios de comunicação”, de acordo com Escosteguy (2001, p. 22); isso não quer dizer que Williams não percebesse possibilidades revolucionárias nos meios, em especial na televisão, cujo potencial tecnológico emancipador ele indicou em *Television*:

Poderíamos ter sistemas de televisão econômicos, com base local, mas internacionalmente estendidos, que permitiriam compartilhar a comunicação e a informação em uma escala que até recentemente nos teria parecido utópica. Estas são as ferramentas contemporâneas da longa revolução em direção a uma democracia participativa e à recuperação de uma comunicação eficaz nas complexas sociedades industriais e urbanas (WILLIAMS, 2011, p. 194).

Contudo, tanto nesse livro como no artigo *Meios de comunicação como meios de produção*, Williams (2011 [1978], p. 85) esclarece que tais possibilidades só poderiam vir a se concretizar se mais do que “‘resgatar’ [...] os meios de produção da comunicação, que foram expropriados pelo capitalismo” houvesse “a transformação dos meios de acesso e de extensão para incluir uma vasta gama social e intercultural até aqui inexistente”.

Na construção conceitual do materialismo cultural cabe ressaltar ainda a noção de estrutura de sentimento, que vem se constituindo em operador analítico de diversas pesquisas na área da comunicação. Destaca-se, dentre elas, o esforço do grupo de pesquisa Análise de Telejornalismo, liderado há mais de dez anos por Itania Gomes⁵, no sentido de articular a hipótese cultural de estrutura de sentimento aos conceitos de gênero televisivo e modos de endereçamento, compondo, assim, um instrumental metodológico. Também Brennen (2003, p. 118), em sua análise de *Todos os homens do Presidente*, considera que já na concepção do conceito Williams vislumbrou “estrutura de sentimento não apenas como uma construção teórica, mas também, como um específico método de análise”.

Porém, Paul Filmer (2003) lista alguns autores que consideram o conceito estrutura de sentimento problemático, escorregadio, ambíguo. Por outro lado, este autor registra que apesar das dificuldades que o próprio Williams reconheceu na ideia de estrutura de sentimento, ele continuou a “refiná-la para chegar a um conceito central e carregado de sentido” que operacionalizou “suas análises das relações entre as restrições estruturais das ordens sociais e as estruturas emergentes das formações interpessoais, sociais e culturais” (FILMER, 2003, p. 200).

5. O grupo de pesquisa atua no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

De fato, a conotação que Williams conferiu à palavra *estrutura*, qualificando-a com *sentimento*, agregou subjetividade ao termo tradicionalmente reconhecido como um conceito duro nas análises de cunho marxista, cuja finalidade seria aproximar as teorias sociais da objetivamente científica, para tanto fugindo de qualquer traço emocional e, mais do que isso, desqualificando-os. Contudo, como ferramenta teórica a serviço de análises culturais, a noção de estrutura de sentimento pode ser trabalhada de modo a demonstrar algumas das facetas que compõem o processo de seu refinamento (e multiplicidade) conceitual.

Assim, é possível contextualizar o conceito de estrutura de sentimento aproximando-se da ideia de *zeitgeist*, isto é, o espírito do tempo ou os conhecimentos, crenças e atitudes compartilhados por pessoas que vivem num tempo e num lugar específicos. Dessa forma o conceito é visto por Brennen (2003, p. 118), que afirma: “metodologicamente, estrutura de sentimento fornece uma hipótese cultural que tenta entender particulares elementos materiais de uma geração específica, num especial tempo histórico, dentro de um processo complexo de hegemonia”. Mas, também é possível pensar em estrutura de sentimento como forma de desvelar convenções, na leitura de Higgins (1999) a Williams, no sentido de consentimentos tácitos e de padrões de aceitação entre o que é dado na esfera da produção cultural e a consciência social que daí emerge.

Nesse sentido, Gomes (2001, p. 43) salienta que em *Marxismo e Literatura*, estrutura de sentimento “é apresentada como uma hipótese cultural que nos permitiria estudar a relação entre os diferentes elementos de um modo de vida, mas aí, então, explicitamente articulada com as noções de dominante, residual e emergente”, como se lê em Williams:

O que importa, finalmente, no entendimento da cultura emergente, em distinção da cultura dominante e residual, é que ela não é nunca apenas uma

questão de prática imediata. Na verdade, depende crucialmente de descobrir novas formas ou adaptações da forma. Repetidamente, o que temos de observar é, com efeito, uma emergência preliminar, atuante e pressionante, mas ainda não perfeitamente articulado, e não o aparecimento evidente que pode ser identificado com maior confiança. É para compreender melhor essa condição de emergência preliminar, bem como as formas mais evidentes do emergente, do residual e do dominante, que devemos explorar o conceito de estruturas de sentimento. (WILLIAMS, 1979 [1977], p. 129)

Vale registrar que as reflexões de Williams representam uma contribuição mais densa na formação do corpo teórico dos EC e são mais frequentemente lembradas nas pesquisas do campo da comunicação. Porém, o pensamento do historiador Thompson é central para sua área e a metodologia proposta pelo trabalho de Hoggart é até hoje referência para pesquisas de recepção. De qualquer forma, Hoggart, Thompson e Williams compartilhavam um tipo de postura intelectual que inscreveu o seu trabalho como importante fator de mudanças cujo resultado, como indica Schwarz (2000, p. 47), foi uma “modesta revolução intelectual” que, sob a rubrica *cultural studies*, a partir daquela geração de britânicos mundializou-se nas décadas seguintes.

Por fim, lista-se e comenta-se alguns dos princípios instituidores dos EC apontados neste breve histórico de sua fase fundacional, que devem ser levados em conta por aqueles que querem lançar mão do arcabouço teórico-metodológico dos EC em suas pesquisas, bem como se incluir nos debates que balizam o exercício das profissões da área da comunicação:

- a) Os EC têm uma concepção de cultura que inclui os modos e práticas cotidianas (a cultura é ordinária, dizia Raymond Williams, em ensaio de 1958).

b) A escolha dos meios de comunicação como objetos de estudo, reconhecendo-os não apenas no papel de reprodução da cultura, mas como parte constituinte do próprio conceito de cultura, todavia considerando a sua vinculação aos meios de produção capitalista, o que leva à reflexão sobre o papel dos profissionais do campo da comunicação, na difícil articulação entre o interesse público e os interesses da indústria midiática.

c) Sua vinculação política, evidenciada na interlocução com o pensamento marxista e com as diversas reflexões que lhe sucederam e atualizaram, a partir do próprio ativismo contestatário no contexto da cultura britânica do final dos anos 1950. Isso indica que, para pesquisadores vinculados aos EC, as questões de ordem econômica e política podem e devem integrar seu protocolo analítico.

d) A vocação metodológica para etnografias do consumo cultural (em especial das classes operárias). Tal característica, trazida para o presente, pode ancorar análises que visem a ascensão da classe C no cenário do consumo brasileiro, por exemplo.

e) O caráter interdisciplinar necessário a uma teoria social crítica que tem como base os estudos sobre a cultura, o que traz para as pesquisas cujo objeto se constitui nas práticas midiáticas inúmeras possibilidades de enfoque teórico e analítico.

Stuart Hall: identidade e diferença segundo um intelectual diaspórico

A institucionalização dos EC como prática intelectual somente se dá quando um coletivo de pesquisadores se reúne em torno do Centre for Contemporary Cultural Studies

(CCCS). Ainda que esse centro tenha sido criado (em 1964) e se constituído como um núcleo de pós-graduação ligado ao English Department da Universidade de Birmingham, a sua proposta foi de cooperação entre disciplinas, como literatura, ciências sociais, educação e antropologia/etnografia, e objetos de estudo, que abarcavam as questões de gênero, raça e etnia e a comunicação (reportagens, filmes, programas de televisão), por exemplo. Seu primeiro diretor foi Hoggart, mas seu sucessor, Stuart Hall, é quem se tornaria uma das figuras mais proeminentes dos EC, até os dias de hoje reconhecido por seus estudos sobre identidade, representação e diferença cultural, bem como sobre as questões raciais e os posicionamentos culturais envolvidos em termos como pós-modernidade e pós-colonial.

Embora não seja citado como membro do trio fundador, a importante participação de Stuart Hall na formação dos estudos culturais britânicos é unanimemente reconhecida. Avalia-se que, ao substituir Hoggart na direção do Centro, de 1968 a 1979, incentivou o desenvolvimento da investigação de práticas de resistência de subculturas e de análises dos meios massivos, identificando seu papel central na direção da sociedade; exerceu uma função de “aglutinador” em momentos de intensas distensões teóricas e, sobretudo, destravou debates teórico-políticos, tornando-se um “catalizador” de inúmeros projetos coletivos (ESCOSTEGUY, 2001, p. 23).

A identidade cultural tem sido um assunto central dos EC, fundamentando pesquisas que envolvem questões de gênero, de classe, de raça e etnia, e de confrontos como modernidade x pós-modernidade, local x global, etc. Tais estudos, em sua maioria, se valem do que postulou Hall, especialmente em *A identidade cultural na pós-modernidade*,

obra em que ele considera as mudanças no conceito de identidade de duas maneiras: 1^a) apresentando três concepções de identidade dos sujeitos através dos tempos (do iluminismo à pós-modernidade) e justificando que as desenvolveu porque o prefixo pós não se aplica apenas à noção de modernidade, aplica-se, também, a “qualquer concepção essencialista ou fixa de identidade”; 2^a) refletindo sobre a mudança nas identidades culturais, isto é, os aspectos que surgem do pertencimento dos sujeitos a “culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais” (HALL, 2005 [1992], p.8-10).

Da ressalva de que as identidades são construções discursivas, produzidas em diversos e específicos contextos históricos e institucionais, Hall (2000 [1996]) afirma que elas

emergem no interior do jogo de modalidades específicas de poder e são, assim, mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica, naturalmente construída [...] as identidades são construídas por meio das diferenças e não fora dela. Isso implica o reconhecimento radicalmente perturbador de que é apenas por meio da relação com o Outro, da relação com aquilo que não é, com precisamente aquilo que falta, com aquilo que tem sido chamado de seu *exterior constitutivo*, que o significado “positivo” de qualquer termo – e, assim, sua “identidade” – pode ser construída (Derrida, 1981; Laclau, 1990; Butler, 1993). As identidades podem funcionar, ao longo de toda a sua história, como pontos de identificação e apego apenas *por causa* de sua capacidade para excluir, para deixar de fora, para transformar o diferente em “exterior”, em abjeto. (HALL, 2000 [1996], p. 109-110)

Jamaicano, negro, que em 1951 foi estudar na Inglaterra, para Hall as questões de raça surgem em parte por sua condição pessoal de imigrante diaspórico, e em parte por sua recusa às hierarquias promovidas pelos discursos dominantes (SOVIK, 2011). Por isso, ele reconhece uma multiplicidade conceitual no termo pós-colonial, destituindo-o da inscrição binária “passado e presente”, para considerá-lo — da mesma forma que ao colonialismo — maneiras e graus distintos da relação entre uma sociedade e seus ‘outros’.

O termo “pós-colonial” não se restringe a descrever uma determinada sociedade ou época. Ele relê a “colonização” como parte de um processo global essencialmente transnacional e transcultural — e produz uma reescrita descentrada, diaspórica ou “global” das grandes narrativas imperiais do passado, centradas na nação. Seu valor teórico, portanto, recai precisamente sobre sua recusa de uma perspectiva do “aqui” e “lá”, de um “então” e “agora”, de um “em casa” e “no estrangeiro”. “Global” neste sentido não significa universal, nem tampouco é algo específico a alguma nação ou sociedade. Trata-se de como as relações transversais e laterais que (GILROY, 1993)⁶ denomina “diaspóricas” complementam e ao mesmo tempo deslocam noções de centro e periferia, e de como o global e o local reorganizam e moldam um ao outro. (HALL, 2003 [1996], p. 109)

A produção de Stuart Hall, que compreende inúmeros ensaios e livros em parceria com outros autores identificados com os EC, seria impossível de rastrear no espaço

6. Na bibliografia de Hall (2003 [1996], p. 127): GILROY, P. **The black Atlantic**: modernity and double consciousness. London: Verso, 1993.

deste artigo⁷. Por isso, na próxima seção comenta-se ainda, brevemente, o ensaio de Hall identificado como marco de uma virada semiótica no interior dos EC, cuja reflexão se dirige às estruturas de sentido que transitam entre a esfera produtiva (que codifica) e a recepção, que decodifica as mensagens da televisão.

Os EC contemporâneos: consolidando/renovando objetos e metodologias de pesquisa

O finlandês Alasuutari (1999) alude à riqueza da investigação nos estudos de recepção e etnografias de audiência efetivados sob a rubrica dos EC e neles identifica três gerações: A primeira se caracteriza por uma guinada linguística/semiótica e remonta ao trabalho de Hall *Encoding/Decoding*⁸, cuja ideia é de que uma mensagem codificada no âmbito da produção pode ser decodificada pelos receptores. A segunda geração corresponde a estudos qualitativos de recepção que levaram a uma nova formulação: a etnografia de audiência. A terceira, na década de 1980, inclui o trabalho de Ang e, na linha da teoria crítica, investiga os interesses culturais envolvidos no uso da mídia e de suas mensagens (ESCOSTEGUY, 2006).

Vale registrar que no âmbito das pesquisas de recepção, em 1985, Ien Ang, indonésia radicada na Holanda,

7. Uma iniciação ao pensamento de Hall é encontrada no artigo de Liv Sovik, indicado nas referências deste texto. Essa autora também organizou a coletânea de trabalhos de Stuart Hall traduzidos para a língua portuguesa, *Da diáspora*.

8. Em português: HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In HALL, Stuart; SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Brasília: UNESCO, 2003 [1980]. p. 387-404.

ao publicar *Watching Dallas, soap opera and the melodramatic imagination*, quebrava a tradição de análises centradas em discursos impressos. A produção audiovisual *Dallas* se constituiu no tema do estudo de recepção que acabou se caracterizando, também, como pesquisa de gênero. A *soap opera* retratava uma família de texanos ricos, mas problemáticos, abordando questões como alcoolismo, depressão e o mundo dos negócios. Foi um sucesso entre as audiências do mundo todo.

Decidida a investigar as razões dessa popularidade e a fonte de sua fruição, Ang mandou publicar um anúncio em uma revista feminina, declarando que gostava de assistir à série, mas muitas vezes percebia nas pessoas “reações estanhas com relação a isso”, e convidando os leitores da publicação a participarem de seu estudo: “Alguém gostaria de me escrever e contar por que também gosta ou não gosta de assistir ao seriado? Pretendo incorporar essas reações em minha tese universitária. Favor escrever para...” (ANG, 1985, p. 10).

As 42 cartas que ela recebeu (39 delas respondidas por mulheres) foram a base do seu trabalho, inscrevendo definitivamente na pauta dos estudos sobre cultura aquilo que até então era depreciado como “conversa de mulherzinha”. Mary Ellen Brown observa que Ang considerou as cartas como discurso social, e que as maneiras pelas quais as mulheres se apossam do prazer dessas conversas pode significar ganhar voz, apossar-se, na verdade, de um capital cultural. Isso porque, “como as mulheres são silenciadas em muitos aspectos das interações sociais, reivindicar o próprio espaço equivale a ganhar a própria voz” (BROWN, 1994, p. 75).

Brown (1994) acredita que a prática diária de apossar-se do prazer é um ato político para as mulheres, e, apesar da construção social negativa em torno das *soap operas* ou de outros produtos culturais herdeiros do folhetim do século XIX, isso significa posicionar-se diante de normas

estabelecidas reivindicando o próprio espaço. As conclusões semelhantes vêm chegando as diversas frentes de pesquisa de recepção de telenovelas brasileiras, distribuídas em centros de pós-graduação do país, dos quais se pode destacar: o Centro de Estudos de Telenovela da USP, coordenado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes, que em parceria com o Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (OBITEL), defende a hipótese de que a telenovela se caracteriza como uma narrativa da nação e se trata de um “recurso comunicacional com capacidade de promover a reconstrução da identidade nacional no cenário globalizado”; o grupo de pesquisa de Nilda Jacks, da UFRGS, cujo atual projeto, Circulação e consumo de telenovela: produção crossmídia e recepção transmidiática, defende que os processos de recepção começam a se configurar em um “nível transmidiático, na medida em que os receptores [...] tramam sua interação com a telenovela através da apropriação e circulação dos conteúdos (temas, atores, opiniões, críticas, piadas etc.), muitas vezes modificados à sua maneira”; o grupo de pesquisa Mídia, Recepção e Consumo Cultural, coordenado por Veneza Ronsini (UFMS), cujo atual projeto, Aprendendo a ser mulher de classe com a mídia, sob bases teórico-metodológicas que incluem o modelo comunicacional das mediações (Martín-Barbero) e o enfoque qualitativo da etnografia, tem como objetivo “investigar as apropriações das representações de gênero na novela das oito, a fim de compreender os modos de classificação dos agentes na estrutura social e sua relação com a reprodução da desigualdade de classe e de gênero”⁹.

9. As informações sobre os projetos das pesquisadoras foram colhidas em seus currículos, registrados na Plataforma Lattes do Conselho Nacional de Desenvolvimento Tecnológico e Científico (CNPq), disponível em <http://lattes.cnpq.br/>. Acessos em 26.mar.2013;

Já dentre as investigações de orientação semiótica dos EC, além do já mencionado ensaio de Hall, destaca-se a proposta do circuito cultural, de Paul du Gay e outros¹⁰ (1997), que se desenvolveu a partir do estudo do Walkman como artefato cultural, articulando consumo, produção, regulação, identidade e representação. A *representação* refere-se a sistemas simbólicos, como os textos e imagens envolvidos na publicização de uma *produção* como o Walkman. Por seu turno; esses sistemas geram *identidades* que lhes são associadas e têm um efeito de *regulação* na vida social, promovendo, assim, o *consumo*. Na mesma linha, também Richard Johnson (1999) desenha um circuito da cultura onde se movimentam condições de *produção*, formalizadas em *textos*, sujeitas a contextos de *leituras* e circulando nas *culturas vividas/relações sociais*¹¹.

Na interpretação de Escosteguy (2008, p. 10), o espaço da produção inserido no circuito cultural “extrapola o entendimento de que se incluiria aí apenas a produção, entendida de modo convencional como procedimentos necessários para criação propriamente dita de um artefato/produto”. A noção de produção, no circuito cultural, aciona também distintas narrativas que se associam a esta criação, e incluem variadas práticas utilizadas na produção destes mesmos produtos.

Lembre que isso é um circuito. Não conta onde você inicia, dado que se tem de fazer toda a volta, antes do estudo estar completo. E mais: cada parte

10. Paul Du Gay, Stuart Hall, Linda James, Hugh MacKay e Keith Negus.

11. Sobre o circuito cultural de Jonhson, ver Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção, de Escosteguy; e sobre o circuito cultural de Du Gay, Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção, da mesma autora (ambos nas referências deste artigo).

tomada do circuito reaparece na próxima. Então, tendo iniciado na Representação, as representações tornam-se um elemento na parte seguinte, isto é, de como as identidades são construídas. E assim sucessivamente. Nós separamos essas partes do circuito em diferentes seções, mas no mundo real elas continuamente se sobrepõem e entrelaçam de modo complexo e contingente. Contudo, elas são as partes que tomadas em conjunto compõem o que nós entendemos por um “estudo cultural” de um objeto particular (du GAY, 1997, p. 4)¹².

Por seu turno, o norte-americano Douglas Kellner, a partir de sua formação original em filosofia e acreditando que a Escola de Frankfurt pode desempenhar papel relevante nas investigações levadas a cabo pelos os Estudos Culturais, apela por um estudo “cultural, multicultural e multiperspectívico”, que deve contemplar três níveis de análise: 1) Produção e economia política; 2) Análise textual e crítica; 3) Estudos de recepção.

Ao examinar produtos culturais, dos filmes da franquia Rambo a expoentes da música pop, como Madonna, defende a necessidade de EC contextualizados através de uma crítica diagnóstica¹³.

A crítica diagnóstica [...] possibilita compreender as múltiplas relações entre textos e contextos, entre

12. A tradução é de Escosteguy (2008, p. 10).

13. Uma aplicação da crítica diagnóstica de Kellner a objeto empírico é encontrada em ANDROVANDI, Adriana. **A favela no horário nobre da TV aberta brasileira**: uma análise da novela “Duas Caras”. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul-PUCRS/FA-MECOS. Porto Alegre, 2010. Disponível em: http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2928. Acesso em 7.mar.2013.

cultura da mídia e história. Nossa crítica diagnóstica da cultura contemporânea da mídia indica que a hegemonia ideológica na sociedade americana hoje é complexa, controversa e está sendo constantemente questionada. A hegemonia é negociada e renegociada, é vulnerável a ataques e à subversão. [...] A leitura diagnóstica da cultura da mídia, portanto, possibilita a compreensão da situação política atual, dos pontos fortes e vulneráveis das forças políticas em disputa, bem como das esperanças e dos temores da população. Dessa perspectiva, os textos da cultura da mídia propiciam uma boa compreensão da constituição psicológica, sociopolítica e ideológica de determinada sociedade em dado momento da história. (KELLNER, 2001, p.123).

De toda a sorte, nessas diferentes buscas pela compreensão dos processos de endereçamento e de recepção dos produtos que circulam no universo da, ou melhor dito, das culturas contemporâneas, estão postas algumas indicações para a análise de artefatos culturais como os aparelhos celulares e suas múltiplas funções. Também são objetos de pesquisa cujos procedimentos analíticos podem incluir tanto a crítica diagnóstica de Kellner quanto os circuitos da cultura (de Johnson ou de du Gay) tudo o que compõe o atual cenário de convergência midiática, indicando o protagonismo das tecnologias digitais nas práticas e hábitos de receptores que cada vez mais se alçam à esfera produtiva das mensagens, num modelo comunicacional em que o “um para todos” é substituído pelo “todos para todos”.

No cenário latino-americano, Néstor García-Canclini (2006) vem operando no que ele prefere denominar “estudos sobre a cultura” — uma abordagem de vocação transdisciplinar, que se hibridiza na migração de saberes entre múltiplas culturas, países, tradições, instâncias e práticas sociais. Este autor vem tratando de temas como cultura

popular (face à expansão global do capitalismo e à cultura de massa); o hibridismo da cultura latino-americana (oscilando entre o moderno e o arcaico); e a resignificação do consumo nas sociedades globalizadas (interpondo-se a demandas por cidadania).

Jesús Martín-Barbero (1997 [1987], p.289) propõe o estudo dos fenômenos de comunicação através das mediações, indicando a abordagem ao campo pela cotidianidade, que segundo ele era considerada “despolitizada, irrelevante, insignificante” pela maioria das instituições de esquerda, por não estar “inscrita imediata e diretamente na estrutura produtiva”.

Sinalizando uma resposta ao desafio do caráter interdisciplinar do campo dos EC, Alasuutari (1998) propõe a transcendência das divisões tradicionais entre métodos qualitativos e quantitativos e entre ciências sociais e humanas, e apresenta algumas abordagens e ferramentas metodológicas disponíveis à realização de investigações críticas ao amparo dos EC. Ele adverte para a complexidade da situação nos EC, que pode inclusive levar a generalizações; pois “enquanto os objetos de estudo são fenômenos que frequentemente ocorrem em situações cotidianas, as descrições e explicações são apresentadas a tal nível de abstração que é como se fossem pensadas como aplicáveis a qualquer caso individual” (ALASUUTARI, 1998, p.146).

Tais inquietações levam à reflexão sobre as trajetórias futuras dos EC, cujo principal desafio, no campo da comunicação, é responder às especificidades conjunturais que são postas por uma multiplicidade de novos meios e redes sociais, sem ignorar os padrões analíticos instituidores desta complexa formação intelectual, que precisa se reinventar a partir dos reposicionamentos políticos e econômicos das sociedades ocidentais contemporâneas. Para tanto, nas considerações finais deste artigo apela-se a dois autores que vêm compartilhando a preocupação

com o futuro dos EC: Raymond Williams, um de seus fundadores, e Lawrence Grossberg (2006), para quem as pesquisas sob orientação dos EC só se manterão no futuro se forem radicalmente conjunturais.

Considerações finais: os EC têm futuro?

Indagando-se sobre o futuro dos EC, Williams (2011 [1989]) recorre ao passado de um projeto que surgiu extramuros universitários, o que tornaria o estudo de textos enganoso, já que os EC como formação real existiam antes dos livros. Sua preocupação maior está ligada ao perigo de institucionalização dos EC em departamentos, negociando tempo e recursos e longe das experiências de vida das pessoas. O autor clama por “uma oportunidade histórica para uma nova formação dos Estudos Culturais”, que implica

tomarmos o melhor que pudermos do trabalho intelectual e o levarmos, de forma bastante aberta, para um confronto com pessoas para as quais esse não é um estilo de vida, e, não teria a menor probabilidade de ser uma profissão, mas para quem esse é um assunto de seu próprio interesse intelectual, de seu próprio entendimento das pressões que sofrem, pressões de todos os tipos, do mais pessoal ao mais amplamente político — se estivermos preparados para realizar esse trabalho e revisarmos o programa e a disciplina da melhor forma que nos for possível, nesse espaço que permite esse tipo de troca, então os Estudos Culturais terão, certamente, um futuro notável (WILLIAMS, 2011 [1989], P. 186-187).

Em Grossberg (2006), a concepção mesma de EC é de algo que se forma na prática analítica; ele faz referência a seu senso de estudos culturais como algo construído como

um projeto que se reformula e tenta responder a novas conjunturas como espaços-problema. Trata-se da construção de um processo que, como sugere Grossberg (2006, p. 2), precisa “questionar suas próprias questões — e as categorias e conceitos em que tais questões são pensáveis”, para responder a uma dada conjuntura histórico-cultural. Em outro momento, este autor indicava:

Eu gostaria de propor que os estudos culturais, em qualquer tempo e lugar, se constroem articulando suas práticas a específicos *projetos* e *formações*. Os estudos culturais existem — sempre e tão somente — em formações teóricas e institucionais contextualmente específicas. Tais formações são sempre em resposta a um determinado projeto político baseado nos recursos teóricos e históricos disponíveis. Nesse sentido, em cada caso particular, os estudos culturais têm de ser construídos conforme a sua procedência. (GROSSBERG *apud* COULDRY, 2000, p. 9)¹⁴ (os grifos são do autor).

Assim, o desafio posto para os pesquisadores brasileiros filiados aos EC, é posicionar-se não apenas distinguindo-os de toda a sorte de segmentações e clausuras disciplinares que os afastem de seu projeto original, repensando-os, todavia, para atender à conjuntura atual, como alerta Grossberg (2006). Este desafio compreende ainda, paradoxalmente, a luta para evitar reducionismos no particular projeto e nas particulares práticas intelectuais que constituem os EC coexistindo com as contingências próprias do campo da comunicação.

O que é possível depreender deste quadro histórico que relatou, ainda que de forma breve e, possivelmente,

14. Na bibliografia de Couldry: GROSSBERG, L. (1997b [1995]) ‘Cultural studies: what’s in a name? (one more time)’, in L. Grossberg, **Bringing It All Back Home**. Durham and London: Duke University Press.

incompleta, os objetos, temáticas, e formulações teóricas e metodológicas dos EC, é que os padrões que formaram suas práticas de análise se constituem em um acervo que atende tanto a necessidades teóricas quanto a exigências em termos de instrumental metodológico para a fundamentação de pesquisas na área da comunicação e, ainda, às sempre necessárias reflexões sobre as práticas profissionais ligadas ao campo.

Referências

ALASUUTARI, Pertti. **Researching Culture**: qualitative method and cultural studies. London: Sage, 1995.

ANG, Ien. **Watching Dallas**, soap opera and the melodramatic imagination. London/New York: Routledge, 1985.

BARKER, Chris. **Cultural Studies** - Theory and Practice. Los Angeles/London: Sage, 2008.

BRENNEN, Bonnie. Sweat not melodrama: reading the structure of feeling in *All the President's Men*. **Journalism: Theory, Practice and Criticism** 4(1), 2003. p.113-131. Disponível em <http://www.ijpc.org/watergate.pdf>. Acesso em 28.fev.2013.

BROWN, Mary Ellen. **Soap opera and women's talk**. London: Sage Publications, 1994.

CANCLINI, Néstor García. Estudos sobre cultura: uma alternativa latino-americana aos *cultural studies*. Entrevistado por ESCOSTEGUY, Ana Carolina; COIRO MORAES, Ana Luiza; GOELLNER, Renê. **Revista FAMECOS** n°. 30, Porto Alegre, ago./2006, p. 7-15

COULDRY, N. **Inside culture**: re-imagining the method

of cultural studies. London: Sage, 2007.

CEVASCO, Maria Elisa. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

COSTA, Marisa Vorraber. Estudos Culturais – para além das fronteiras disciplinares. In COSTA, M.V. (org.) **Estudos Culturais em Educação**. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

COULDRY, N. **Inside culture**: re-imagining the method of cultural studies. London: Sage, 2007.

DU GAY et al. **Doing Cultural Studies**: The Story of the Sony Walkman. Londres: Sage, 1997.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

_____. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. ESPM/São Paulo, vol. 4, n. 11, p.115-135, nov. 2007.

ESCOSTEGUY, A. C. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **Revista E-compós**, Brasília, v.12, n.1, jan./abr. 2009.

_____. Bibliografia comentada: estudos culturais e recepção. In **Cartografias**, site de Estudos culturais e Comunicação do Programa de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Porto Alegre, 2006. Disponível em http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/ana_ec_bilbio.pdf. Acesso em 15.fév.2013.

FILMER, Paul. A estrutura do sentimento e das formações sócio-culturais: o sentido de literatura e de experiência para

a sociologia da cultura de Raymond Williams. **Revista Estudos de Sociologia**, Araraquara, v.14, n.27, p.371-396, 2009. Disponível em <http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/1944/1582>. Acesso em 20.mar.2013.

FORTES, Alexandre. Miríades por toda a eternidade: a atualidade de E. P. Thompson. **Tempo soc.**, São Paulo, v. 18, n. 1, junho 2006. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702006000100011&lng=en&nrm=iso. Acesso em 28.mar.2013.

FRANÇA, Vera Regina V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In PEREIRA, M.S.; GOMES, R.C.; FIGUEIREDO, V.L.F. **Comunicação, Representação e Práticas Sociais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2004.

GIROUX, Henry A. Praticando estudos culturais nas faculdades de educação. In: SILVA, Tomaz T. da (org.) **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

GOMES, Itania M.M. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In GOMES, I.M.M. e JANOTTI JÚNIOR, J. **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011.

_____. Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os *media*. In GOMES, I.M.M. e SOUZA, M. C. J. (org.), **Media e Cultura**. Salvador: EDUFBA, 2003.

GROSSBERG, Lawrence. Does cultural studies have futures? Should it? (or What's the matter with New York?) Cultural studies, contexts and conjunctures. **Cultural Studies**, Vol. 20, No. 1, January 2006, p. 1-32. Disponível em <http://www.tandf.co.uk/journals>. Acesso em 15.set.2012.

HALL, Stuart. Estudos culturais: dois paradigmas. In HALL, Stuart; SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003 [1980]. p.131-159.

_____. Estudos culturais e seu legado teórico. In HALL, Stuart; SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Brasília: UNESCO, 2003 [1992]. p.199-218.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2005 [1992].

_____. Identidade cultural e diáspora. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n.24, p.68-75, 1996.

HOGGART, Richard. **As utilizações da cultura**: aspectos da vida da classe trabalhadora, com especiais referências a publicações e divertimentos. Lisboa: Editorial Presença, 1973 [1957].

JOHNSON, Richard; ESCOTEGUY, Ana C.D.; SCHULMAN, Norma. **O que é, afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru (SP): Edusc, 2001.

LIMA, Raquel dos Santos Souza. O conceito de cultura em Raymond Williams e Edward P.Thompson: breve apresentação das ideias de materialismo cultural e experiência. **Cantareira** (UFF), v. 10, p. 8, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997 [1987].

SCHWARZ, Bill. Onde estão os cultural studies? **Revista de Comunicação e Linguagens**, Lisboa, Relógio D'Água, n.º. 28, 2000. p.42-64.

SOVIK, Liv. Pensando com Stuart Hall. In GOMES, I.M.M. e JANOTTI JÚNIOR, J. **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011.

THOMPSON, Edward. P. **A formação da classe operária inglesa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

WILLIAMS, R. **La larga revolución**. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003 [1961].

_____. **Televisión**: tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós, 2011 [1975].

_____. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979 [1977].

_____. Notas sobre o marxismo na Grã-Bretanha desde 1945. In WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011 [1977]. p. 317-342.

_____. Meios de comunicação como meios de produção. In WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011 [1977]. p. 69-86.

_____. Problemas do materialismo. In WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011 [1980]. p.139-166.

_____. The Future of Cultural Studies. In *The Politics of Modernism*, 151-162. London: Verso, 1989.

Disponível em <http://ecmd.nju.edu.cn/UploadFile/17/8041/future.doc>. Acesso em 28.mar.2013.

_____. O futuro dos Estudos Culturais. In WILLIAMS, R. **Políticas do modernismo**. São Paulo: Ed. Unesp, 2011 [1989].

PARTE II.

TEORIAS INOVADORAS

1. Agenda-Setting e Twitter: um estudo da relação entre teoria e prática

ANA CAROLINE DA SILVA RIBEIRO SOUSA¹
LIANA VIDIGAL ROCHA²

Introdução

Os meios de comunicação são ferramentas fundamentais para a manutenção da sociedade como a conhecemos. Há pessoas que não conseguem imaginar um mundo sem jornais, revistas, sites e programas de rádio e televisão. Isso porque a busca incessante por notícias nos transformou na chamada Sociedade da Informação.

Esse novo conceito de grupo social é baseado em relacionamentos em rede, principalmente digitais, e na dependência

-
1. Jornalista. Membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia, do CNPq. E-mail: anacaroline.sribeiro@gmail.com.
 2. Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, jornalista diplomada, professora-adjunta do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia, do CNPq. E-mail: lividigal@uol.com.br.

dos meios de comunicação. O desejo de saber o que acontece no mundo, e não mais somente na vizinhança, despertou a procura por conhecimentos universais, por outras culturas, culinárias, costumes e idiomas reforçando, assim, a globalização.

Com a internet, as distâncias também foram alteradas e hoje, graças às redes sociais, é possível manter relacionamentos com pessoas e organizações em outros países e continentes. As mídias sociais também são exemplos de evolução no campo da Comunicação Social, em especial para o jornalismo, pois o transformou positivamente diante da sociedade. Inclusive, hoje em dia, cidadãos comuns se passam por “jornalistas” em ambientes virtuais, consolidando o conceito de jornalismo participativo.

Neste trabalho, pretendeu-se estudar o relacionamento entre o jornalismo e uma mídia social, o *Twitter*, a partir da aplicação da Teoria do *Agenda-Setting*. Para isso, a pesquisa foi dividida em partes teórica, com revisão de literatura, e prática, por meio de observação e análise.

Na primeira etapa, foram consideradas as obras de McCombs (2009), Wolf (2002) e Pena (2008). A segunda baseia-se, principalmente, em Recuero (2009), Zago (2008, 2010) e Silva (2009). É importante destacar que diversos outros textos foram utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa.

Os procedimentos metodológicos partem, também, de uma pesquisa descritiva, a partir da análise de conteúdo e de observação. A abordagem que norteou a análise dos dados é quali-quantitativa, o que possibilitou uma visão mais ampla ao trabalho. Para tanto, foi feito o levantamento dos assuntos mais discutidos no *Twitter* durante os meses de novembro e dezembro de 2011.

Após elencados os temas, o passo seguinte foi a busca por matérias que se relacionassem com os *tweets* publicados por meio do buscador Google (www.google.com), por ser o maior site de buscas da atualidade. As informações foram verificadas, também, no portal de notícias G1 (<http://>

g1.globo.com/), que publica diariamente os *Trending Topics* do *Twitter* na editoria Tecnologia e Games.

Depois da fase de levantamento do material a ser analisado, as *hashtags* foram classificadas em três categorias: Notícias, Acontecimentos e Correntes. No primeiro grupo ficaram as expressões que mantiveram ligação direta com matérias jornalísticas publicadas em portais, sites de notícias e blogs especializados.

No segundo grupo, nomeado Acontecimentos, estão as expressões que representam assuntos considerados importantes pelos usuários do *Twitter*, mas que não foram pautados pela grande mídia, o que pode sugerir a formação da agenda do público não influenciada pela da imprensa. Por fim, o terceiro grupo é composto por cumprimentos, saudações, enquetes, promoções de empresas e lojas (que utilizam a postagem de suas *hashtags* para sortear brindes, por exemplo), entre outras expressões.

A Teoria do Agendamento

A Teoria do Agendamento, ou do *Agenda-Setting*, foi apresentada por Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1972, em um estudo sobre eleições nos Estados Unidos. A ideia principal da teoria é que os meios de comunicação “agendam” o pensar social. McCombs trata a proposição, ainda, como Teoria da Agenda. Em seu livro homônimo, o pesquisador apresenta a teoria e sua relação com a mídia e a opinião pública.

Segundo McCombs (2009, p. 16), “este papel que a mídia tem de definir a agenda liga o jornalismo e sua tradição de contar história à arena da opinião pública, uma relação com consideráveis consequências para a sociedade”. Sobre o conceito da Teoria, Silva se refere “muito resumidamente, na capacidade dos veículos de comunicação de massa pautar para a sociedade temas de debate e de boa parte das interações do cotidiano” (SILVA, 2008, p. 86). Já Pena mostra que, “na perspectiva de

Lippmann, a imprensa funciona como agente modeladora do conhecimento, usando estereótipos como forma simplificada e distorcida de entender a sociedade” (PENA, 2008, p.142).

Na Teoria do Agendamento, a mídia sugere quais os temas devem fazer parte da agenda pública. Além disso, os meios de comunicação de massa não são a única fonte de informação da audiência. Segundo McCombs (2009, p. 99), “a experiência pessoal, que inclui conversações com nossa família, amigos e colegas de trabalho, também nos informa sobre muitos temas. A fonte dominante da influência, naturalmente, variará de tema para tema”.

De acordo com o pesquisador, a necessidade de orientação sobre um determinado assunto fará com que o indivíduo busque informações por meio da mídia massiva. A repetição de um tema reforça a sua importância e “o grau de influência da mídia cresce com o aumento na exposição” (MCCOMBS, 2009, p. 104).

Os tipos de *Agenda-Setting* também são alvo de análise de pesquisadores. Para a realização deste trabalho, quatro formas de agendamento foram destacadas. A primeira diz respeito a como “o próprio público pode ter o poder de agendar a mídia, a partir de demandas para que ela dê visibilidade a temas que lhe interessa” (LEAL, 2009, p. 2). A esse tipo de Agendamento, Silva (2008) dá nome de contra-agendamento, que é a pauta da sociedade sendo atendida pela mídia.

O autor apresenta ainda outras três maneiras de Agendamento: o Agendamento Autônomo, feito por iniciativa da própria mídia; Agendamento Heterônimo, que vem de fora para dentro das redações; e o Agendamento Institucional, que atua na elaboração de esforços e execução de estratégias de Agendamento da mídia, onde se encaixa o contra-agendamento.

Este último modo de se agendar, parte da sociedade que indica à mídia o que quer ver publicado, divulgado. A participação dos cidadãos na construção da pauta e na produção

das notícias tem se tornado cada vez mais possível com as novas tecnologias, principalmente a internet. É justamente nesse espaço público que a sociedade tem exercido a democracia e seu direito de livre expressão.

O grau de agendamento na internet ainda é um campo de pesquisa vasto para o meio comunicacional. Desde o surgimento da teoria, formulada nos anos 70, o suporte impresso tem sido o referencial para a aplicação do *Agenda-Setting*. Com as novas mídias, a hipótese tende a ser questionada sobre a sua utilização e atualização.

Internet, mídias e redes

É principalmente no ambiente online, onde acontece a interação entre indivíduo e indivíduos, organizações e fontes de informação, que surgem as redes sociais. O conceito de redes foi utilizado pela primeira vez pelo matemático Leonard Euler, quando na elaboração da Teoria dos Grafos. “O grafo é a representação de uma rede, constituído de nós e arestas que conectam os nós”, explica Recuero (2009, p. 20). A partir desse paradigma, os “nós” são os atores, as pessoas ou grupos e as arestas (ou conexões) são os laços sociais.

Recuero diz ainda que os atores são “como partes do sistema, [...] atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais” (2009, p. 25). Já em relação aos laços sociais, a autora afirma que:

Em termos gerais, as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De um certo modo, são as conexões o principal foco do estudo das redes sociais, pois é sua variação que altera as estruturas desses grupos (RECUERO, 2009, P. 27).

Uma característica importante das redes sociais é a possibilidade de se informar em tempo real e a colaboração com as atividades dos jornalistas. Segundo Crucianelli (2010, p. 85), com as redes “o conteúdo da Web ‘se socializou’ e deixou de ser monopólio dos meios de comunicação”. A autora explica que o “poder” de informar está descentralizado e compartilhado com os cidadãos. “Pessoas com interesses comuns se organizam em redes. Em meio ao caos, a mídia parece estar perdendo poder e controle”, afirma Crucianelli (2010, p. 85).

Isso é possível, principalmente, pelo modelo “todos-todos” assumido pela internet e proposto por Pierre Lévy³. Porém, não é este o pensamento de todos os estudiosos da área. Recuero (2011), por exemplo, diz acreditar que as redes fortalecem a credibilidade do jornalismo. “As redes sociais na internet, apesar de todo o potencial colaborativo de produção de informação, continuam dando ao Jornalismo a credibilidade e construindo uma função de legitimação das notícias” (RECUERO, 2011, p. 3).

As novas ferramentas tecnológicas permitem a produção e circulação de notícias por indivíduos em seus perfis nas redes sociais. Mas isso não significa que o jornalismo, tal como é, deixa de existir. Apenas abre espaço para novas formas de o ser. As redes sociais modificaram os fluxos comunicativos no ciberespaço, como exemplo:

Sites como Twitter, o Facebook e, mais recentemente o Google+ passaram assim a dar uma nova dimensão informativa para a sociedade, gerada pela construção e pelo espalhamento das informações pelas redes sociais suportadas pelas ferramentas. Com isso, ferramentas cujo princípio basilar seria

3. Pierre Lévy em “A Emergência do Cyberspace e as Mutações Culturais”.

social passam a ter um novo valor informativo diferenciado (RECUERO, 2011, p. 6).

De acordo com Altermann, redes sociais são “grupo de pessoas que tem algum nível de relação ou interesse mútuo” (ALTERMANN, 2010, online). Já o conceito de mídias sociais se refere a “ferramenta *online* que são usadas para divulgar conteúdo ao mesmo tempo em que permitem alguma relação com outras pessoas” (ALTERMANN, 2010, online). A partir do conceito do pesquisador, percebe-se, portanto, que as redes são uma categoria das mídias sociais (figura 1).

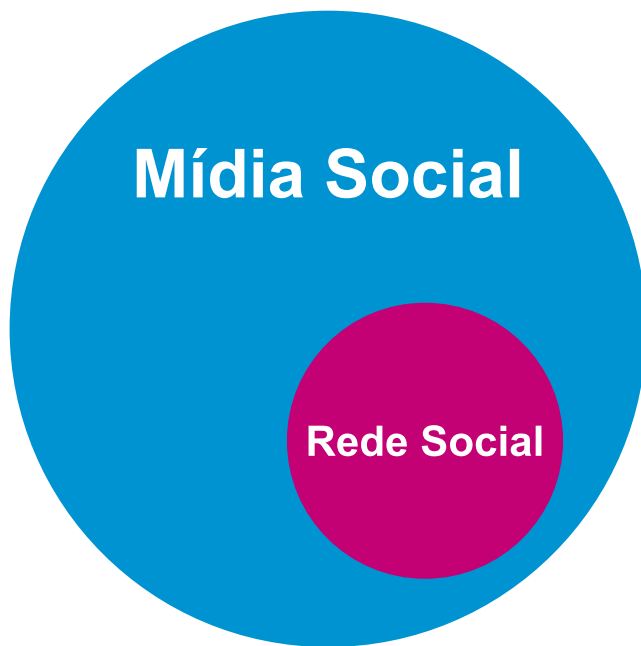


FIGURA 1 – Redes Sociais como categoria das Mídias Sociais

Fonte: <http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>. Acesso 04 out. 2011.

Atualmente algumas mídias têm apresentado características de redes e o inverso também é válido. Isso não significa, porém, que os objetos a elas relacionados estejam se descaracterizando. Pelo contrário, o fato de haver tal intersecção mostra que estão descobrindo novos modos de compartilhamento e o interesse dos usuários por tais meios está fazendo com que se adaptem. A linha divisória que separa os conceitos de mídia e redes sociais, portanto, é tênue e exige cada vez mais pesquisas e estudos sobre o tema (figuras 2 e 3).

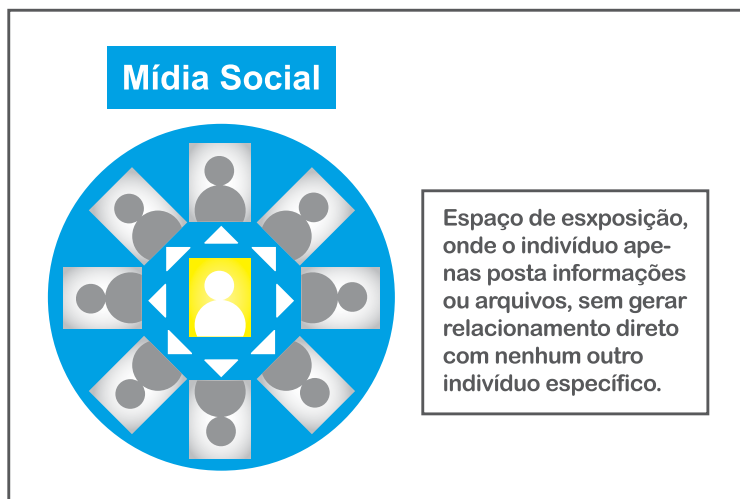


FIGURA 2 – Conceito de Mídias Sociais

Fonte: <http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>. Acesso 04 out. de 2011.

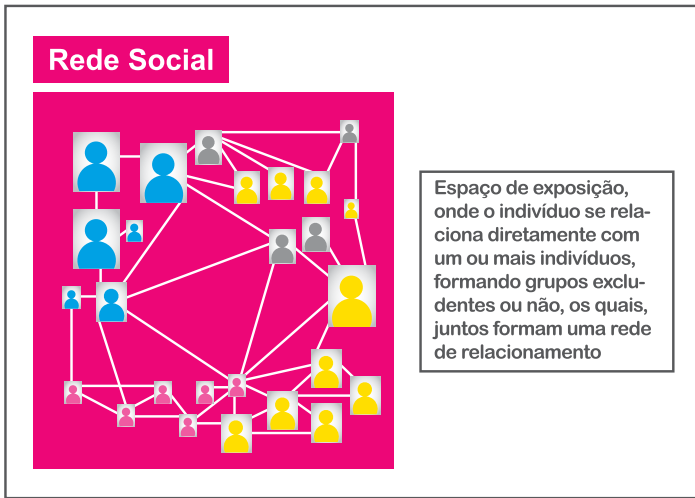


FIGURA 3 – Conceito de Redes Sociais

Fonte: <http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>. Acesso 04 out. 2011.

Para exemplificar, o autor diz que o *Twitter* pode ser usado como mídia social, “tendo objetivo apenas difundir conteúdo, ao mesmo tempo em que o microblog pode ser usado como rede social, apenas para seguir amigos e conversar com eles” (ALTERMANN, 2010).

Já para Recuero (2009), o *Twitter* pode ser considerado uma rede social apropriada, que são “sistemas que não eram, originalmente voltados para mostrar redes sociais, mas que são apropriados pelos autores com este fim” (RECUERO, 2009, p.104). Outros exemplos de redes apropriadas são o Fotolog⁴ e Weblogs⁵.

4. Fotolog: Funciona como um blog, mas as postagens são em forma de fotografia.

5. Weblog ou Blog são diários virtuais onde os usuários postam textos

O Twitter

Criado em 2006, o *Twitter* caracteriza-se como um microblog, no qual se publica conteúdo em até 140 caracteres. Sua página inicial solicita que os usuários respondam a seguinte pergunta: “*What’s happening*”⁶, o que sugere uma necessidade de atualização.

A compreensão do que vem a ser um microblog pode ser facilitada quando revisitado o conceito de blog ou weblog. Também chamados de diários virtuais, os blogs são, em sua maioria, pessoais e abarcam diversas temáticas. Atualmente, qualquer pessoa com acesso à internet pode criar um blog. Antes, só os que tinham conhecimento em *html* é que conseguiam ter uma página (ZAGO, 2008).

Publicação de conteúdo, compartilhamento de *links* e interatividade são algumas características dos blogs. A possibilidade de comentar e compartilhar faz com que os usuários interajam em rede. Neste contexto, Silva (2011, p.7) diz que “o microblog obedece, ainda, à *lógica em rede* manifestada na criação de círculos de seguidores (formando *webrings*⁷) e no próprio suporte do serviço, a web”.

A limitação de espaço ocasionou o que Santaella e Lemos (2010) chamaram de *microsyntaxe*, que “torna evidente que um novo tipo de linguagem emerge em resposta

(posts) sobre assuntos diversos ou específicos, de acordo com a estrutura e objetivo da página.

6. Tradução livre: O que está acontecendo?
7. Webrings: Relações estabelecidas entre um círculo de blogueiros, que leem seus blogs mutuamente e interagem através de comentários (Recuero in ZAGO, 2008, p. 21).

às características das micromídias, exigindo dos novos participantes níveis gradativos de ‘alfabetização’ em microssintaxe” (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p. 112).

O objetivo inicial do principal desenvolvedor da ferramenta, Jack Dorsey, foi possibilitar aos usuários ver, em tempo real, o que outros membros estariam fazendo. Graças a interatividade e a atualização instantânea, os usuários passaram a utilizar o *Twitter* para outros fins. A mudança do slogan “*What are you doing*”⁸ para “*What’s happening*”, portanto, foi necessária para adequar o produto à sua atual utilização.

Em matéria publicada na página do Estadão⁹, Dorsey afirma que: “A rede social é apenas uma parte do que fazemos. Pensamos no Twitter como um serviço de informação”. Ainda há controvérsias sobre a classificação do *Twitter* como mídia ou rede social, como já visto. No entanto, no presente artigo, o *Twitter* é classificado das duas formas, já que seu objetivo inicial era o compartilhamento de informações, divulgação e produção de conteúdo, mas, como consequência, por conta da utilização, a ferramenta pode ser considerada rede social.

Segundo Silva e Christofoletti (2010, p.67), “o prefixo ‘micro’ de *microblogging* se refere à extensão das postagens, mas também poderia remeter aos dispositivos eletrônicos capazes de redigi-las e transmiti-las”, como telefones celulares e *tablets*.

O conceito também se encaixa na definição dada por Silva (2011, p.1), que afirma que “um microblog é, grosso modo, uma variação dos blogs onde existe alguma limitação, geralmente no tamanho dos posts”. Sobre as características do *Twitter*, Santaella e Lemos destacam:

8. Tradução livre: O que você está fazendo?

9. Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,twitter-e-muito-mais-do-que-rede-social-diz-cofundador,825928,0.htm>. Acesso em 23 jan. 2012.

A tônica da interação e da formação de laços sociais no Twitter não é baseada em vínculos preexistentes, mas sim na penetração individual em fluxos de ideias, ou seja, fluxos coletivos abertos de ideias compartilhadas em tempo real, que estão em movimento contínuo. Essa penetração gera conversações que, por sua vez, geram laços sociais. A dinâmica de formação de laços sociais no Twitter é, portanto, bastante diversa nas dinâmicas existentes em outros RSIs (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p. 91).

O *Twitter* oferece alguns mecanismos de interação que favorecem a atuação jornalística, como os *retweets* (ou RTs) que são a repercussão de uma determinada postagem, denominada *tweet*. Segundo Nunes (2010):

No plano das relações sociais, o uso de RTs pode fortalecer laços, aumentar a importância da participação dos tuiteiros que repercutem atualizações interessantes e agregar capital social aos usuários cujos tweets mais são ‘retuitados’ (NUNES, 2010 p.46).

Há também os *replies*, que são respostas a *tweets* direcionados ou não. Este é o mecanismo de maior interação no *Twitter*, já que permite o diálogo entre usuários de forma direta, não apenas a recirculação de conteúdo já postado, como no *retweet*.

As *hashtags*¹⁰ são uma espécie de marca que promove a identificação de palavras-chave as quais os usuários dão destaque. Sinalizadas com o # (sustenido), as *tags* facilitam a classificação de informações e conteúdos, direcionando

10. São indexadores de temas, tópicos e/ou palavras-chave que agregam todos os *tweets* que as contêm em um mesmo fluxo, onde é possível observar a formação de uma comunidade ao redor do uso específico da *#hashtag*. (SANTAELLA e LEMOS, 2010, p. 108).

os “tuiteiros” a uma *timeline*¹¹ na qual há vários outros *tweet* sem que a determinada *tag* também é utilizada.



FIGURA 4 - Exemplo de hashtag

Fonte: <http://twitter.com/#!/search/%23BRASILEMDRAUZIO>. Acesso em 9 de nov. de 2011

As listas são a ferramenta mais recente no Twitter. Para Nunes (2010), uma lista “permite ao usuário selecionar os perfis que ele considera mais relevantes e/ou categorizar os usuários que segue” (NUNES, 2010, p.47).

Os serviços auxiliares e integrados, como www.twitpic.com, www.migre.me, www.yrog.com e www.blablabra.net possibilitam a execução de ações não disponíveis na página do Twitter, como a compactação de URL, postagem de fotos e monitoramento de tweets.

Por fim, o último mecanismo a ser citado é o TrendingTopics, caracterizado como um ranking com os assuntos mais comentados no Twitter, que pode variar

11. *Timeline*: Página do Twitter onde são postados os *tweets*, por ordem decrescente de atualização.

diversas vezes ao longo do dia e de acordo com o local de acesso. Os TrendingTopics, ou TTs, são, na concepção de Nunes (2010), uma lista que possibilita pautar as postagens dos usuários.

A listagem é uma via de duas mãos, pois ao mesmo tempo em que permite saber quais são os eventos mais relevantes para os tuiteiros do mundo (ou do país, já que é possível alterar o nível de abrangência da lista), acaba pautando os tweets dos usuários e pode pautar, também, os tweets do jornalista (NUNES, 2010 p. 47).

No *Twitter*, os usuários são classificados como seguidores (*Followers*) e seguidos (*Following*) e os perfis são montados de acordo com o modo com que os usuários pretendem ser vistos (SILVA, 2011). E a maneira em que os perfis são apresentados e os comentários postados podem revelar características do usuário.

Existem, atualmente, 200 milhões de contas ativas no *Twitter* (dados oficiais divulgados pela empresa em dezembro de 2012¹²), o que mostra a proporção da popularidade da mídia/rede social. Outro ponto positivo sobre a busca de informações no *Twitter* é que a mídia pode ser acessada por dispositivos móveis, não apenas por meio do computador. O site www.alexa.com usado para medir a audiência do *Twitter*, aponta que a página é a décima terceira mais acessada no mundo¹³. Em relação aos usuários, o Brasil está na sétima posição com 3,4% do total de membros.

12. Disponível em: http://brasileconomico.ig.com.br/noticias/twitter-informa-que-possui-mais-de-200-milhoes-de-usuarios-ativos_126311.html Acesso em 25 mai 2013.

13. Disponível em: www.alexa.com. Acesso em de 31 mai. de 2013.

Como o serviço ofertado pelo *Twitter* garante abrangência, é acessível e está em voga, muitos são os tipos de perfis disponíveis na rede. Empresas, ONGs, celebridades, políticos, órgãos públicos e cidadãos comuns se misturam no ciberespaço, trocam informações, conversam entre si e produzem conteúdo.

Cada tipo de usuário busca algo diferente da mídia/rede social. Essencialmente, todos pretendem divulgar conteúdo, mas, especificamente, cada um tem algo particular para compartilhar. As empresas, por exemplo, podem usar o *Twitter* para divulgar promoções e fazer marketing. As ONGs e órgãos públicos, para mostrar a realização de atividades e execução de serviços públicos. Já os políticos e as celebridades, basicamente para promoção pessoal, como divulgação de shows e presença em eventos. A troca de informações entre tantos “nós” faz com que o *Twitter* colabore com a atividade jornalística, principalmente por atender as necessidades da circulação de notícias, uma das etapas do jornalismo.

Manter contato com fontes, divulgar a publicação de matérias e monitorar o *feedback* são exemplos de apropriações que as organizações jornalísticas e os profissionais da imprensa podem fazer do *Twitter*. A ferramenta possibilita, ainda, a relação com possíveis fontes (*replies*), a disseminação de conteúdo (*retweets*) e filtragem de prováveis pautas (*Trending Topics*).

É esse poder informacional que coloca no *Twitter* um valor instantâneo de consumo, mesmo que para isso seja preciso entrelaçar-se em uma rede. Se um jornalista tiver uma rede social bem articulada, ele poderá usufruir mais ainda da ferramenta, seja para procurar fontes e personagens para suas matérias, seja para dar em primeira mão uma notícia urgente. (CARREIRO, 2009, p. 8).

A partir destes mecanismos, o *Twitter* colabora com a construção das notícias cumprindo as etapas do jornalismo,

quais sejam: apuração, produção e circulação. Para transformar um fato em notícia, primeiramente o jornalista precisa ter conhecimento dele. No *Twitter*, isso se torna possível graças as constantes postagens de acontecimentos na *timeline*.

Depois de ter conhecimento do fato, o jornalista precisa apurar e confirmar as informações. Para cumprir esta etapa, a perspicácia do profissional é extremamente importante. Isso porque existem muitos perfis falsos no *Twitter*, os famosos *fakes*, que podem postar dados incorretos como forma de piada ou brincadeira, mas por vezes enganam os desavisados.

Na fase da produção, os jornalistas podem contar com o *Twitter* para encontrar possíveis fontes por meio de depoimentos contidos nas mensagens postadas sobre o tema a se tornar notícia. Depois de pronta, a notícia volta à rede, desta vez para a circulação. Sobre esta etapa, a pesquisadora Gabriela Zago (2010 p. 12) aponta que “especificamente com relação à circulação jornalística, o *Twitter* introduz modificações diversas, em especial em que os interagentes podem usar a ferramenta para comentar e filtrar notícias provenientes de outros veículos jornalísticos”. Nesta etapa, o *Twitter* atua como uma alavanca para a notícia, já que a replicação nas *timelines* eleva a possibilidade da matéria ser vista por um número maior de usuários. Portanto, o *Twitter* se faz um instrumento importante e facilitador para a atividade jornalística.

Ainda sobre o uso do *Twitter* para o jornalismo, os profissionais da imprensa e as empresas jornalísticas podem se apropriar da rede para a publicação de chamadas de matérias com os respectivos links, direcionando o leitor ao site ou portal de notícias. Aqui, o *Twitter* atua como *feed*¹⁴.

14. É um formato que admite distribuir o conteúdo do site de forma padronizada e permite que ele seja lido em diversos leitores. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/252-o-que-sao-feeds-.htm#ixzz1k7Jpc300>. Acesso 21 jan. 2012.

Outra funcionalidade seria o de *breaknews*, ou seja, notícias curtas, que são *tweets* de alerta sobre matérias que serão divulgadas. Servem para que o jornalista ou empresa jornalística sinalize que já possui as informações ou está apurando, isto é, que detém o “furo”. Segundo Carreiro (2009, p.7), “esse sistema de notas curtas tende a prender a atenção do leitor, mostrando a ele que ainda há algo maior e mais aprofundado por vir”.

As empresas jornalísticas podem aproveitar, ainda, a existência de comentários publicados nas *timelines* para se informar sobre acontecimentos imprevistos, como catástrofes, tragédias e crises, principalmente quando não tiver equipe disponível para deslocamento. Essas informações podem contribuir para o surgimento de novas pautas e ampliar a possibilidade e variedade de dados para a construção da notícia.

A participação dos usuários favorece o debate público e põe em prática a democratização midiática. Porém, os veículos devem avaliar a contribuição e apurar as informações, para não disseminar falsas informações que podem causar graves problemas e afetar a credibilidade do jornal que as divulgar. Quanto mais replicada, mais visibilidade a notícia ganha. Com isso, o *Twitter* atua também como filtro, já que os *tweets* mais comentados formam um *ranking*: os *Trending-Topics*. Neste contexto, é possível aplicar a Teoria do Agendamento ao uso do *Twitter* como ferramenta do jornalismo.

A relação entre Agenda-Setting e Twitter

Neste trabalho, são destacados os temas que se relacionam com matérias jornalísticas publicadas e divulgadas na mídia social. As expressões foram divididas e classificadas em três categorias de acordo com o conteúdo em que se relacionavam. As que apresentaram ligação com matérias jornalísticas, por exemplo, foram categorizadas como Notí-

cias. A categoria Acontecimentos abarcou as expressões que representavam fatos do cotidiano que despertaram interesse dos usuários, mas que não foram pauta da grande mídia. A classificação seguinte foi nomeada de Correntes por representar as *hashtags* relacionadas a saudações, cumprimentos, afirmações de gostos artísticos (como música, filmes e celebridades), comemorações e promoções de lojas/empresas.

Como o *Twitter* possibilita a seleção geográfica dos *Trending Topics*, foram selecionadas as localidades Brasil e Mundo. A partir da categorização e organização dos dados, foi evidenciado que a mídia pautou, em média, 38% dos assuntos mais comentados no *Twitter*.

A Tabela 1 mostra, em porcentagem, os tópicos publicados por brasileiros durante a semana analisada e divididos por categoria. Entre às 12h e às 14h dos dias 28 de novembro a 2 de dezembro de 2011, a média dos assuntos mais comentados no *Twitter* classificados como Notícias foi de 42%, ou 4,2 tópicos por *Trending Topics*. A média da categoria Acontecimentos foi de 18% de assuntos por dia e a Correntes obteve a média de quatro tópicos por dia.

TABELA 1 - Tópicos por categoria publicados no Brasil (início da tarde)

Período (12h às 14h)	Notícia	Acontecimentos	Correntes
28/11	40%	10%	50%
29/11	50%	10%	40%
30/11	20%	20%	60%
01/12	80%	10%	10%
02/12	20%	40%	40%

Fonte: Produção própria

No fim da tarde, período entre às 17h e 19h, o número relacionado às matérias diminuiu (média de 3,6

de tópicos por dia) e a da categoria Acontecimentos subiu (média de quatro tópicos por dia). A categoria Correntes teve uma queda significativa. No período chamado de início da tarde, os temas categorizados como Correntes representavam 40% do total de *TrendingTopics* da semana. Já no período fim da tarde, esse número foi para 24%. Esses números estão representados na Tabela 2. Confira:

TABELA 2 - Tópicos por categoria publicada no Brasil (fim da tarde)

Período (17h às 19h)	Notícia	Acontecimentos	Correntes
28/11	10%	60%	30%
29/11	40%	20%	40%
30/11	50%	30%	20%
01/12	40%	50%	10%
02/12	40%	40%	20%

Fonte: Produção própria

A partir desses dados, percebe-se que no Brasil a média de tópicos relacionados às matérias jornalísticas, por dia, é relativamente alta, chegando a 4,2 tópicos diários durante a semana analisada. A categoria Notícias é seguida por Correntes, com a média de quatro tópicos por dia. A terceira categoria com mais temas é Acontecimentos, que registrou a média de 3,4 tópicos no fim da tarde durante o período analisado. Para obter resultados mais abrangentes, foram estudados também os *TrendingTopics* mundiais na mesma semana e horários analisados no Brasil.

**TABELA 3 - Tópicos por categoria
publicados no Mundo
(início da tarde)**

Período (12h às 14h)	Notícia	Acontecimentos	Correntes
28/11	40%	-	60%
29/11	60%	20%	20%
30/11	20%	20%	60%
01/12	50%	-	50%
02/12	30%	20%	50%

Fonte: Produção própria

No caso das *hashtags* mundiais, as categorizadas como Notícia perfazem um total de 20 tópicos publicados no período entre 12h e 14h, ou seja, uma média de quatro por dia. A média da categoria Acontecimento foi baixa, se comparada aos resultados obtidos na pesquisa com os *Trending Topics* do Brasil, ficando com apenas 6 em toda a semana no período chamado de início da tarde. As correntes obtiveram a maior média da pesquisa, com a média de 4,8 por dia. No fim da tarde, a categoria Acontecimentos se destacou, subindo de 12% para 38% dos tópicos da semana, como visto na Tabela 4.

**Tabela 4 – Tópicos por categoria
publicados no Mundo
(fim da tarde)**

Período (17h às 19h)	Notícia	Acontecimentos	Correntes
28/11	-	60%	40%
29/11	40%	30%	30%
30/11	50%	30%	20%
01/12	50%	50%	-
02/12	30%	20%	50%

Fonte: Produção própria

A categoria Notícias caiu para 34% dos TTs mundiais na semana e período analisados. Correntes também apresentou queda da média de 4,8 temas nos *TrendingTopics* para 2,8 por dia.

É possível perceber que tanto no Brasil quanto no Mundo, os temas relacionados a notícias obtiveram média de quatro assuntos por dia nos TTs. Levando em consideração que os *TrendingTopics* mostram 10 assuntos por vez, a média de quatro pode ser percebida como um valor positivo para esta pesquisa, pois mostra o interesse dos usuários em comentar, divulgar e visualizar temas relacionados a matérias jornalísticas, remetendo à máxima da Teoria do Agendamento: “em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos” (SHAW apud WOLF 2002, p. 144). Quanto mais repetido for um assunto, mais chances ele tem de fazer parte da agenda do público, de sua lista de interesses e preocupações.

Por exemplo, na Figura 5, os TTs do dia 28 de novembro de 2011 destacaram quatro tópicos relacionados a matérias jornalísticas, em dois horários diferentes.

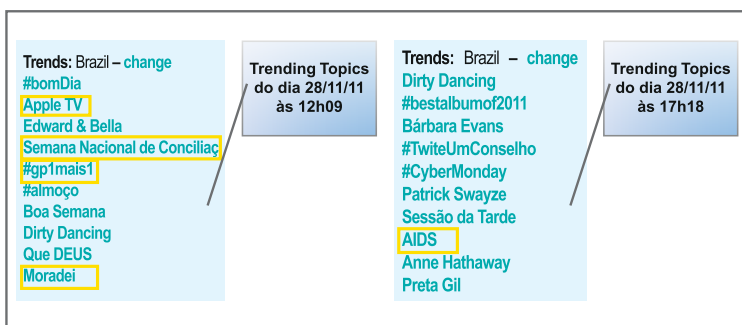


FIGURA 5 - *TrendingTopics* do Brasil

Fonte: Produção própria

Os tópicos destacados são: *Apple TV*, Semana Nacional de Conciliação, #gp1mais1, Moradei e AIDS. Cada expressão representa notícias que foram publicadas na mídia e divulgadas e comentadas por usuários do *Twitter*. A primeira expressão, *Apple TV*, ocupou todas as posições dos TTs (1ª a 10ª) e esteve em destaque até o dia 13 de dezembro de 2011.

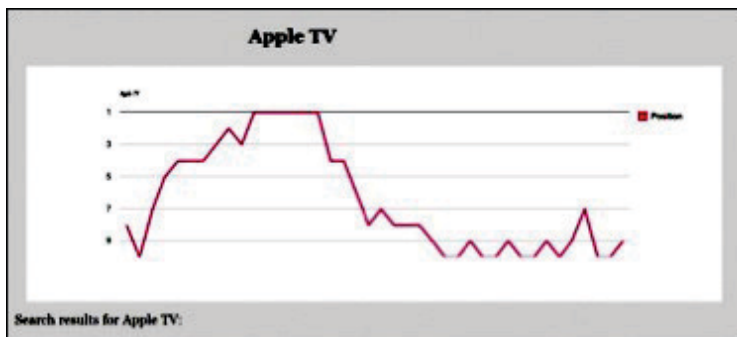


FIGURA 6 - Ranking do tópico Apple TV

Fonte: www.showmetrend.com. Acesso em 18 de jan. de 2012

No dia em análise, os usuários do *Twitter* comentaram a liberação da *Apple TV* pela Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações para vendas no Brasil, como visto na Figura 7.



FIGURA 7 - Tweet sobre Apple TV

Fonte: <https://twitter.com/#!/rkiso>.
Acesso em 18 de jan. de 2012

Já nos *Trending Topics* mundiais do dia 29 de novembro de 2011, os temas em debate foram: *Boosie*, *Conrad Murray*,

Michael Jackson, Jack Del Rio, American Airlines, Song of the year, Ed Balls, #autumnstatement e Best Female Group.



FIGURA 8 - Trending Topics do Mundo

Fonte: Produção própria

No fim da tarde do dia 29 de novembro de 2011, *Conrad Murray e Michael Jackson* foram tópicos bastante comentados no *Twitter* por conta da condenação do médico Murray pela morte do cantor Michael Jackson. A Figura 9 mostra que o tópico não chegou a ocupar o primeiro lugar no ranking dos TTs, mas permaneceu entre a 4^a e 10^a posições.

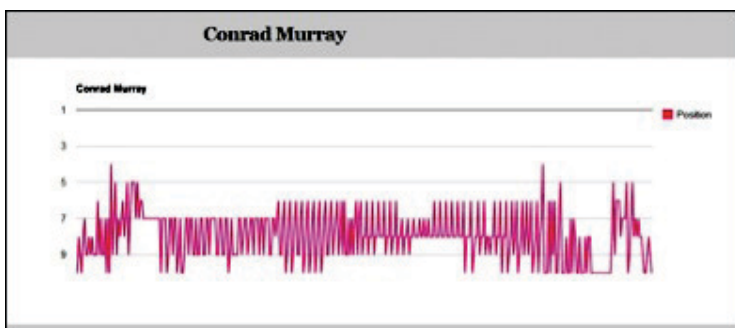


Figura 9 - Ranking do tópico Conrad Murray

Fonte: www.showmetrend.com. Acesso em 18 de jan. de 2012

Na Figura 10 temos um exemplo de tweet sobre a condenação do médico norte-americano Conrad Murray pela morte do cantor popstar Michael Jackson.

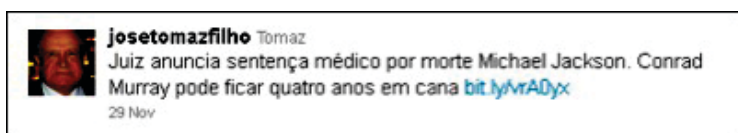


FIGURA 10 - Tweet sobre Conrad Murray

Fonte:<https://twitter.com/#!/josetomazfilho>.

Acesso em 18 de jan. de 2012

Como visto, a eleição dos temas que vão para os *Trending-Topics* é feita pelos próprios usuários, seguindo a lógica quantitativa. Quanto mais vezes um tópico é citado na mídia social, mais chances de “subir” no *ranking* dos *trends*. Durante a semana em que os TTs foram selecionados (28 de novembro a 2 de dezembro de 2011), percebe-se que os tópicos são bem variados, mas há uma tendência para assuntos informativos.

A categoria Acontecimentos, por exemplo, apresentou em sua maioria, comentários sobre fatos cotidianos que não se classificam como notícia, na essência do termo, nem foram pautados pela grande mídia, mas que despertaram o interesse dos membros do *Twitter*. Além disso, a categoria específica para tópicos ligados às matérias jornalísticas apresentou grande média de assuntos por dia (quatro dos 10 tópicos dos TTs foram classificados como Notícias).

Como exemplo da categoria Acontecimentos, o tópico *Lion Dance* que esteve no *ranking* dos mais comentados do mundo no dia 29 de novembro, no período do início de tarde. *Lion Dance* ou Dança dos Leões Chineses é uma tradicional dança chinesa cuja apresentação foi considerada inapropriada durante o evento *MnetAsian MusicAwards* (MAMA), realizado em Cingapura, que premiou os melhores artistas da música asiática. No exemplo da Figura 11, a usuária @lockinghearts questionou: “*Lion Danceno* MAMA? Sério?”.



FIGURA 11 – Tweet sobre Lion Dance

Fonte: <https://twitter.com/#!/lockinghearts/status/141513519777591296>. Acesso em 21 jan. 2012

Como exemplo de Correntes, o tópico #EmDezembro, um dos mais comentados nos TTs do Brasil no dia 30 de novembro, no início da tarde. A partir da *hashtag*, os usuários do *Twitter* compartilhavam o que planejavam fazer no mês de dezembro e o que gostariam que acontecesse.



FIGURA 12 - Tweet sobre #EmDezembro

Fonte: https://twitter.com/#!/doctordelicia_/status/141878157237157888. Acesso em 21 jan. 2012

Com isso, percebe-se o que Wolf (2002) chamou de *dependência cognitiva dos mass media*, em que:

A hipótese do agenda-setting toma como postulado um impacto directo – mesmo que não imediato – sobre os destinatários, que se configura segundo

dois níveis: a. <<ordem do dia>> dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda dos *mass media*; b. a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na <<ordem do dia>>”. (WOLF, 2002, p. 147).

Os outros dois tipos de agenda do público também se confirmam no *Twitter*, porém em mecanismos diferentes. A agenda interpessoal (ou realce comunitário), por exemplo, pode ser observada a partir das conversações possibilitadas pelos RT (*retweets*) e *replies* (respostas). Segundo Wolf (2002, p. 173), essa agenda está relacionada aos “temas sobre os quais o indivíduo fala ou discute com outros, designa, por isso, uma importância intersubjectiva”, ou seja, a importância dada a um determinado tema dentro de uma rede de comunicação.

No exemplo da Figura 13, o tema é um evento realizado em São Paulo. A usuária @misspixel “retuitou” um *tweet* do usuário @jampa sobre o GP 1 + 1, conferência sobre Planejamento realizada em São Paulo, no fim do mês de novembro de 2011, e que destacou a integração e a colaboração. Em seguida, @misspixel parece estar respondendo a alguma mensagem do usuário @ddtomazo.

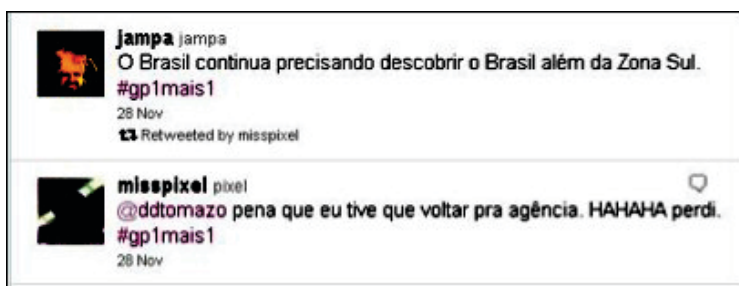


FIGURA 13 - Exemplo de RT e Reply

Fonte: <https://twitter.com/#!/misspixel>.

Acesso em 28 de nov. de 2011

O terceiro tipo de agenda do público, que diz respeito a como o indivíduo vê a opinião pública, “trata-se do realce captado, ou seja, da importância que o indivíduo pensa que os outros atribuem ao tema; corresponde a um <<clima de opinião>> e pode inserir-se nas chamadas tematizações” (WOLF, 2002, p. 173). Para exemplificar, voltamos aos TTs. Às vezes, o fato de um determinado assunto estar nos *Trending Topics* não significa que todos os membros da mídia concordem com o tema. Há casos em que o tópico pode estar no topo justamente pelo público não concordar ou entender sua importância.

Considerações Finais

A migração do jornalismo para o meio digital trouxe muitos benefícios, tanto para as empresas do ramo quanto para o público. Acessibilidade, baixo custo de produção e divulgação, convergência de mídias (vídeos, áudios, textos, hiperlinks, fotos) e rapidez na transmissão de informações são exemplos positivos das possibilidades da internet para o exercício do jornalismo.

As ferramentas geradas na nova era da Comunicação, como as mídias e redes sociais, também devem ser citadas neste rol de benefícios. Entre essas ferramentas, destaca-se o *Twitter*. Criado em 2006, ele nasceu com o propósito de compartilhar conteúdo e informações, função esta que o caracteriza como mídia social. Porém, com o tempo, os usuários passaram a utilizá-lo como meio de relacionamento com outros indivíduos, a partir dos conceitos de seguir e ser seguido, diálogos (*reply*) e direcionamento para outras redes. A partir dos meios e usos da ferramenta, é fácil perceber a vocação jornalística que o *Twitter* desenvolveu. Cotidianamente, assuntos pautados

pela imprensa estão no microblog. E muitas vezes entre os tópicos mais comentados. Por meio desta pesquisa foi possível perceber a tendência que os “tuiteiros” têm de destacar temas oriundos dos jornais.

Durante a análise, percebeu-se que, em média, quatro dos 10 tópicos mais comentados em cada período observado se referem a notícias jornalísticas. O número revela-se positivo, pois os assuntos foram divididos em três categorias, o que significa que cada grupo poderia englobar até 3,3 tópicos. Outro fator positivo foi o fato da segunda categoria criada para análise do material levantado, denominada “Acontecimentos”, ter acolhido cerca de 30% dos tópicos examinados. Isso porque esses temas revelaram possuir características noticiosas, embora não terem feito parte da pauta midiática.

A partir destes resultados, ficou evidenciada a inserção de assuntos da agenda midiática na agenda pública, confirmando, assim, a aplicação da Teoria do Agendamento nos *Trending Topics* do *Twitter*.

Referências

ALTERMANN, Denis. **Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais**. 2010. Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/comunicacao-digital/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais>>. Acesso em 11 dez. 2011.

CARREIRO, Rodrigo. **Usos jornalísticos do Twitter: a instantaneidade como valor de consumo da informação**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 7, 2009. Disponível em <<http://www.slideshare.net/rodrigocarreiro/twitter-e-instantaneidade-jornalstica>> Acesso em 04 jan. 2012.

CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas Digitais para jornalistas**. 2010. Disponível online em PDF em: <knightcenter.utexas.edu/ccount/click.php?id=9>. Acesso em 04 de jan. 2012.

LEAL, Bruno Souza. **Reflexões sobre o agendamento: síntese de um estudo de caso**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32, 2009, Curitiba - SC. Disponível em: <www.intercom.org.br/http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/lista_area_DT1-TJ.htm> Acesso em 04 jan. 2012.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ:Vozes, 2009.

NUNES, Eduardo. **O uso jornalístico do Twitter no contexto da inteligência coletiva. Uma análise dos tweets de @estadao, @terranoticiasbr e @zerohora**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: 2010. Disponível em:<www.lume.ufgs.br/handle/10183/25612>. Acesso em 01 de jan de 2012.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. LEMOS, Renata. **Redes Sociais Digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação).

SILVA, Francisco Antônio Machado. CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Jornalismo em 140 toques: análise de três contas do Twitter no Brasil**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 22, p. 65-80, janeiro/junho 2010.

SILVA, Luiz Martins. Sociedade, esfera pública e Agendamento. In LAGO, Cláudia. BENETTI, Marcia (Org.) **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2008. (Coleção Fazer Jornalismo).

SILVA, Maurílio Luiz Hoffmann da. **O Twitter como ferramenta de comunicação da cibercultura**. 2009. 111f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2009.

_____. **Twitter e Cibercultura: Estudo Sobre Os Usos da Ferramenta de Comunicação**. SIMSOCIAL SIMPÓSIO EM TECNOLOGIAS DIGITAIS E SOCIABILIDADE. Salvador: 2011. Disponível em: <http://gitsurba.net/simposio/wp-content/uploads/2011/09/Twitter-e-Cibercultura-estudo-sobre-os-usos-da-ferramenta-de-comunicacao>. Acesso em 22 dez. 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5.ed. Lisboa: 2002.

ZAGO, Gabriela. **Jornalismo em Microblogs: Um Estudo Das Apropriações Jornalísticas do Twitter**. 2008. 171 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Católica de Pelotas, 2008. Disponível em: <cencib.org/simposioabciber/.../Gabriela%20da%20Silva%20Zago.pdf>. Acesso em 04 jan. 2012.

ZAGO, Gabriela. **Circulação jornalística no Twitter: Apontamentos para discussão**. ENCONTRO DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 8, 2010. São Luís – MA. Disponível em <sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/cl_39.pdf> Acesso em 04 jan. 2012.

2. A Teoria da Ação Comunicativa

GEDER PARZIANELLO¹

Introdução

O desafio da leitura

A Teoria da Ação Comunicativa ou do Agir Comunicativo (*Theorie des Kommunikativen Handelns*, 1981) é, ainda hoje, a principal obra do teórico alemão Jürgen Habermas, nascido em 1929, em Düsseldorf, muito difundida nos círculos acadêmicos brasileiros de Filosofia e de Sociologia, mas, infelizmente, ainda pouco estudada por pesquisadores em Comunicação Social em nosso país. As traduções do pensamento deste teórico circulam desde meados da

1. Bolsista Capes Post-doc Alemanha 2012-2013. Processo Número: 1291122 Affiliation Universidade Federal do Pampa. Capes Foundation Ministry of Education of Brazil. Brasília.DF/Brasil

década de 1980, com ênfase maior em edições na língua inglesa e em espanhol, tendo sido apenas algumas de suas obras traduzidas para o português. O desafio de incluir esta teoria entre as teorias a serem estudadas pela área da Comunicação Social desde a graduação à pós-graduação na formação de futuros comunicólogos, pesquisadores em Ciências da Comunicação, profissionais de Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e também de Jornalismo não é um desafio muito comum, tampouco um desafio qualquer que se apresente aos estudantes e professores universitários.

Tal desafio implica reconhecer, primeiro, a relevância do conhecimento em Habermas para estudantes e pesquisadores que, mais tarde, decidirão atuar nestes mesmos campos de atividade e nesta área do saber. Implica, ainda, romper uma tradição acadêmica em que autores de origem hispânica, francesa e inglesa ou mesmo norte-americana são os que de fato predominam ainda hoje nas propostas de componentes curriculares em estudos teóricos no Brasil, em escolas de Comunicação, seja em razão do idioma e das traduções existentes, seja por questões de formação dos pesquisadores que fizeram a história do ensino e da pesquisa em Comunicação em nosso País desde os anos 60. Não só uma latinização de referenciais teóricos é bem-vinda à formação sem dependência quase que exclusiva do pensamento europeu e norte-americano, mas também referências europeias e norte-americanas que não sejam fechadas em si mesmas, como se a história das teorias comunicacionais pudesse ser contada por um ou dois domínios culturais e linguísticos.

Foi graças à visão e ao preparo de um professor de Sociologia da Comunicação que tive na graduação de Comunicação Social, o professor doutor em Sociologia Francisco Rüdiger (PUCRS/UFRGS), que tomei conhecimento da existência do autor alemão Jürgen Habermas e li um primeiro livro deste autor em meados da década de 80: *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Um livro difícil, isto é

verdade, considerado difícil ainda hoje, mas cujo esforço do autor em explicar cada movimento de sua argumentação, chamava-me atenção já naquela época, então estudante que eu era de graduação em Letras (UFRGS) e, simultaneamente, de Jornalismo (PUCRS). Penso que se meu professor tivesse subestimado a capacidade de seus alunos quanto à tentativa de ler um autor como Habermas, talvez só muito mais tarde mesmo eu pudesse saber da existência deste autor, pois vivíamos numa época sem internet, sem consultas pelo computador, quando as bibliotecas e as orientações de nossos professores eram, então, as formas mais usuais de acesso ao conhecimento nas ciências.

O ousado professor Francisco Rüdiger, um dos autores didáticos em Teoria da Comunicação mais respeitados no Brasil, soube defender a utopia que também hoje move meu trabalho como professor nestas quase três décadas de ensino: o aluno da graduação pode e deve enfrentar qualquer tipo de autor ou leitura. É por isso que incluímos Jürgen Habermas e a Teoria da Ação Comunicativa no conjunto das teorias deste livro organizado coletivamente e que reúne professores pesquisadores de diferentes partes do Brasil. Ainda não tive experiência em sala de aula de trabalhar com a Teoria da Ação Comunicativa, embora tenha ousado levar textos para a sala de aula de outros autores com a mesma convicção que aqui defendo, de que leitor se faz na leitura enfrentada. Confesso que vi na proposta didática deste livro uma condição de poder propor a didática a partir de um autor alemão, motivado por um pós-doutoramento na Alemanha e por uma visão cada vez menos ortodoxa dos componentes curriculares e matrizes de cursos. Para isso, é importante que as escolas de Comunicação organizem planos de formação os mais flexíveis possíveis, através dos quais os eixos de formação possam se construir não

apenas de componentes modulares introdutórios, se não também e principalmente de outros componentes, variados, com abrangência de autores, metodologias e perspectivas diversas.

Cada sujeito constrói sua história de leituras e o percurso que escolher pode configurar sua competência e seu desempenho acadêmicos. A história de leitura de cada um de nós é que vai oportunizar o aproveitamento de um texto específico e o amadurecimento intelectual que, muitas vezes, julgamos equivocadamente, devesse ser anterior ao esforço por uma específica leitura. Explico em outras palavras e para ser bem mais claro: só lendo continuamente e lendo de forma abrangente e progressiva é que vamos evoluir na capacidade de leitura, compreensão e interpretação dos textos a nossa volta. Não há uma aprendizagem linear pré-concebida, um começo por uma ou outra obra, necessariamente. E afirmo isso para antecipar-me ao argumento dos que pensam que para compreendermos teóricos contemporâneos temos que passar primeiro por seus antecessores. Eu mesmo fui compreender *Ilíada* e *Odisseia* só depois de viver como leitor a experiência de um Guimarães Rosa. Se eu tivesse ficado em Homero teria detestado a Literatura. Há, por assim dizer, um leitor para cada tipo de obra em cada tempo e lugar; é o que acredito. E quero crer que alunos de Comunicação Social possam se identificar tanto ou mais com o pensamento de Habermas do que com os clássicos introdutórios. Muitas vezes, conhecer bem o pensamento de um autor oferece tanta formação em qualidade no domínio da teoria ou mais que atravessar um percurso desconhecido de datas, autores e conceitos, sem a vivência a partir da realidade do aluno.

A experiência da formação como leitor é sempre única e intransferível e penso que esta noção seja fundamental de ser repassada a estudantes de graduação. Uma aprendizagem

intelectual não se dá, obviamente, por um percurso único, tampouco por osmose, ou apenas por proximidade ou contato. É fundamental mergulhar no texto, deixar-se levar por um tempo pelo raciocínio e pensamento do autor, familiarizar-se com expressões próprias e diferentes usos expressivos, desde que com o devido acompanhamento do professor, de preferência nas séries mais avançadas do curso. Só depois, com alguma relativa inquietação, o aluno começa a se questionar efetivamente sobre o que é lido, refletir com profundidade sobre o que está lendo e comparar com o que já se leu e com a forma como outros comentadores também pensaram estes mesmos textos. O começo da história da teoria pode ser, neste sentido, qualquer ponto da história. O aluno saberá entender melhor o que aprender depois disso, para frente ou para trás.

Nesse sentido, não há razão para receios de contatos mesmo que iniciais com autores como Jürgen Habermas desde a graduação. Ler Habermas em sua Teoria da Ação Comunicativa requer que se comece por uma leitura da Modernidade e do paradigma que marcava o modo de pensar da sociedade do século passado e passar por alguns de seus comentadores, mas não ater-se apenas a isso; é trabalhar em textos escritos em língua estrangeira diretamente, o que nem sempre é o caso, ou pelo menos com boas traduções. Faremos, em seguida, uma pequena revisão bibliográfica, de modo que o professor possa escolher entre opções de idiomas e de acesso, o melhor texto para trabalhar com seus alunos. Como esta obra é uma obra didática, organizamos um painel o mais claro que nos foi possível, mesmo resumido, sobre o pensamento de Habermas na centralidade da razão comunicativa. Acreditamos que sínteses como estas podem ser o começo de uma perspectiva instigadora aos estudantes universitários, chamando-os para reflexões sempre atuais que tem seu lugar em aulas de teorias da comunicação:

reflexões sobre por que tomamos determinadas atitudes, o que move nossas escolhas e como organizamos a forma de nos comunicarmos socialmente, respostas a que nos desafia Jürgen Habermas.

Uma breve revisão da literatura disponível

A Teoria da Ação Comunicativa não tem em si uma só obra exemplarmente traduzida em português no Brasil. Nem será possível ao estudante de graduação compreendê-la sem conhecer minimamente o conjunto do pensamento deste teórico e alguns de seus comentadores. Um lançamento recente da Martins Fontes (2012) sob o título *Teoria do Agir Comunicativo* pode ser um texto adotado pelo professor como referência principal e atual, por exemplo, mas, não pode ser a única base de uma discussão que se pretenda minimamente qualificada.

Se as questões de interesse do grupo forem de fato, mais tarde, a ampliação do pensamento de Habermas, então eu indico aqui duas obras complementares a esta, uma delas que foi editada em 2002, pela editora Tempo Brasileiro, e que leva o título *Agir Comunicativo e Razão Descentralizada* e outra que saiu no mercado editorial pela Martins Fontes, *Ética do Discurso e a Questão da Verdade* (2007). Alguns grupos em sala de aula poderiam debater com amparo em Habermas, por exemplo, o contexto brasileiro da corrupção, a questão da verdade e da democracia no enfrentamento das relações da mídia com a realidade social e como esta relação encontra sua visibilidade na sociedade brasileira. Penso que aulas de teoria e de filosofia da comunicação que possam partir da realidade do aluno, da sua história do presente e de suas questões até locais é que passam a ter um sentido efetivo na construção de suas consciências sobre

os processos comunicacionais, sobretudo, na perspectiva de quem vai tomá-los como um exercício da profissão.

Em 2010, a Edições 70 lançou no Brasil uma publicação em dois volumes, de Jürgen Habermas, sob o título *Obras Escolhidas*. Esta pode ser a fonte, por exemplo, que se inclua no acervo de uma Biblioteca do Curso de Comunicação, contendo os clássicos textos do autor e que pode servir de consulta mais específica, a quem tente pesquisar melhor o pensamento deste teórico em estudos monográficos, pesquisas científicas e ensaios de pós-graduação. Agrego a esta sugestão uma importante publicação de 2009 pela Editora Vozes, *A Lógica das Ciências Sociais*, livro especialmente significativo para compreender o contexto do paradigma da razão em Habermas.

Em espanhol, temos a edição de 2010 pela Trotta *Teoría de La Acción Comunicativa*, que na visão de grande parte dos tradutores, é mais fiel ao original alemão que as edições em Língua Portuguesa. Há também, pela Taurus (1987) *Teoría de la acción comunicativa y racionalización de la acción y racionalización social*, editada em Madrid em dois volumes. Como leitura complementar em espanhol, considerando a ampliação de estudantes estrangeiros entre nós e os programas de intercâmbios com amparo governamental, indico *Teoría y Praxis, estudios de Filosofía Social*, escrito por Jürgen Habermas e que circulou desde 2008. Em língua inglesa, uma das melhores traduções que se tem informação foi feita pela Editora Beacon Press em 1984 e 1987, em dois volumes, sob o título *Theory of Communication Action*, reeditada em 1989.

Há outras obras que poderiam aqui ser indicadas como leitura complementar, a exemplo de *Consciência Moral e Agir Comunicativo*, pela Tempo Brasileiro em 2003 e *Comentários à Ética do Discurso*, lançado pelo Instituto Piaget em 1999, bem como, da mesma editora portuguesa *Textos e Contextos* (2001). Foi também pela Tempo Brasileiro que o Brasil conheceu a célebre obra de Habermas *Mudança Estrutural de*

Esfera Pública, que foi reeditada pelo menos até 2003.

A Editora Loyola trouxe ao Brasil em 2002 a obra *A Inclusão do Outro*, em que Habermas desenvolve parte de seu pensamento crítico anti-pós-moderno e retoma os fundamentos clássicos de suas principais obras. Neste mesmo ano, pela Martins Fontes, temos a edição de *Discurso Filosófico da Modernidade*, de leitura particularmente mais difícil, mas cuja indicação eu faria muito mais a quem já tenha um conhecimento mais apurado do autor alemão, seus conceitos fundadores e sua época.

Há dezenas de títulos traduzidos para português de trabalhos de Habermas que tratam de democracia deliberativa, da natureza humana e dialética, direito, ciência, conhecimento e interesse. Com 80 anos, em 2009, Habermas concedeu entrevista, disponível online, sob o título no youtube “*Habermas 80 anos 18 Jun 2009*”, legendada em português, quando ele então explicava que a Teoria da Ação Comunicativa é o que o levou a todo um conjunto de reflexões sobre democracia e sobre ser mais ou menos razoável todos os dias, sobre por que fazemos o que fazemos, as escolhas que tomamos, a Retórica que nos move a cada dia.

Para fomentar o debate entre estudantes de graduação, as ideias de Habermas podem ser lidas através de ensaios bem atuais, como os que produziram, por exemplo, Caio Tulio Costa et al. pela e-papers 2009 cuja relação dos meios de comunicação de massa é pensada em face à vida política e as novas tecnologias, um ponto de apoio excelente para se repensar a esfera pública do mundo deste século XXI, a blogosfera e as redes sociais.

Uma variedade de sites, arquivos em vídeos e ou textos, entrevistas e palestras em sites e no youtube, por exemplo, povoam de opções as fontes de consultas secundárias, derivadas do autor, por ele inspiradas ou que de alguma forma margeiam suas ideias principais, desde sua central concepção de mídia e esfera pública:

“Os media [...] liberam o processo comunicativo do localismo de conceitos restritos e permitem o surgimento de esferas públicas ao disponibilizarem mensagens para vários contextos através do estabelecimento simultâneo uma abstrata rede de conteúdos de comunicação virtualmente presente, sendo que estes conteúdos são bastante remotos no tempo e no espaço (1987:390)

Sem preocupação de esgotar as indicações de textos que poderiam ser evidentemente trabalhados em sala de aula e diante de tantos inúmeros trabalhos existentes impressos ou virtuais sobre Habermas, dele ou de seus críticos, gostaria de citar entre os brasileiros, a reflexão feita por Heitor Costa, publicada no México, em *Razón y Palabra*, no ano de 2012 em que Costa arrisca uma relação entre a Folkcomunicação a teoria da Ação Comunicativa. Veios como estes são bastante ricos para produção e discussão em sala de aula, em geral.

Em 2012, a Martins Fontes presenteou-nos com *Teoria do Agir Comunicativo* em caixas de dois volumes, contendo diversos textos do autor alemão. A todo instante, novas obras estão surgindo no mercado editorial e algumas sendo redescobertas. Felizmente, com a facilidade editorial do mundo virtual, alguns textos de Habermas começam a ser disponibilizados também online, de forma gratuita aos leitores, em acessos integrais ou mesmo parciais de livros do autor, mas ainda a grande maioria em alemão ou outros idiomas que não a língua portuguesa.

Habermas e a crítica à Modernidade

A Modernidade é atravessada pelas formas de pensar da economia e da burocracia. Significa dizer que tudo era organizado e sistematicamente pensado no

século precedente por matrizes necessariamente funcionais como a do valor econômico e a do burocrático, exigindo-se que as ações humanas e sociais fossem formais, metódicas, economicamente pensadas, de modo a garantir produtividade e eficiência, com tudo acontecendo de forma absolutamente racional e como se a única racionalidade possível fosse mesmo esta, do mundo comportado numa hierarquia e função, objetivando obter-se mais, sempre da forma mais econômica possível, da indústria à economia doméstica, da produção cultural à organização política, social e comunitária.

As formas econômica e burocrática de pensar da Modernidade, segundo o pensamento abrangente de Habermas, não pareceriam adequadas, todavia, ao ideal de emancipação do sujeito porque traziam como consequência principal a perda de sentido da vida humana e a perda de liberdade do sujeito. Como o homem poderia, afinal, viver racionalmente se sua forma de raciocinar era previamente moldada por padrões da época que exigiam que seus pensamentos objetivassem sempre ações econômicas e burocráticas? Tal pressuposição da razão parecia servir ao propósito único de encobrir ideologias como a do capital, a do lucro e a do poder, e seria então preciso, na visão de um grupo de intelectuais surgido na Alemanha, que se desmistificasse esta forma de pensar.

A este grupo de pensadores deu-se o nome de Escola de Frankfurt, da qual fez parte uma geração mais tarde, o autor da Teoria do Agir Comunicativo, Jürgen Habermas. Os intelectuais de Frankfurt postulavam que quando o mundo é pensado a partir da burocracia e da economia, com todas as coisas tendo que ser práticas, seguras e eficientes, isto reduzia o entendimento dos sujeitos sobre o mundo e tornava este modelo racional, portanto, um modelo bastante restritivo.

Era preciso um sistema que permitisse a abrangência

desse entendimento sobre o mundo da vida, como veremos em seguida, em oposição ao mundo dos sistemas, que admitisse mais de uma racionalidade como possível. A ampliação desse sistema se daria através de uma ação comunicativa, ou do Agir Comunicativo, no conceito de Jürgen Habermas já que os teóricos da primeira geração da Escola chegaram a conceber que o indivíduo não teria como se insurgir, se rebelar ou resistir à força da comunicação de massa e às matrizes do pensamento.

O que vai marcar profundamente Habermas é a crença que ele tem no fato de que o indivíduo pode sim rejeitar a mensagem que lhe chega pela comunicação de massa e atuar de forma crítica no seu julgamento. Tal crença nunca foi partilhada por intelectuais da Alemanha conhecidos como pais da Escola de Frankfurt, mas o foi abertamente por Habermas, tendo sido esta sua redenção como intelectual de nova geração da Teoria Crítica, pois se tivesse permanecido na crença de que não havia formas de insurgência certamente não teria tido a repercussão internacional que teve.

A influência de Max Weber

A *Teoria da Ação Comunicativa* foi publicada em alemão em 1981, quase quatro décadas depois da obra *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, traduzida na década de 80 em Língua Portuguesa, mas cuja circulação acadêmica se fez sentir muito mais nos cursos de Sociologia e Filosofia que nos cursos das Ciências Sociais Aplicadas. Dois anos mais tarde, em 1983, Jürgen Habermas era renomeado em Frankfurt professor de Sociologia e Filosofia, ao mesmo tempo em que assumia como membro externo do Instituto Max Planck para Pesquisa Sociológica, em Munique, tornava-se um dos mais expressivos nomes contemporâneos da então

chamada nova geração da Escola de Frankfurt, em sequência aos primeiros pensadores que articularam o desafio de pensar uma teoria suficientemente crítica capaz de desmascarar a ideologia de dominação social quase sempre oculta nas relações sociais. A escola crítica de Frankfurt se opunha à razão da Modernidade e ao mito criado em torno dela desde o Iluminismo, século XVIII.

Jürgen Habermas herda parte desse esforço da Teoria Crítica que vinha sendo construída por intelectuais da Escola de Frankfurt, sabidamente Herbert Marcuse, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin e outros, que denunciavam que a mesma razão que deveria servir para libertar o homem dos mitos e das superstições acabara se transformando também em mito, com a sociedade se organizando de modo funcional, burocrático, impessoal, e até desumano, via diversas marcas de exploração e desigualdade, entre as quais a Indústria da Cultura, via os meios de comunicação de massa.

A interpretação desta então denominada racionalidade da Modernidade tem seu começo, em verdade, com o pensamento de Max Weber, sociólogo alemão para quem todas as características que diferenciam as sociedades modernas como a moral universal, o Estado burocrático, a economia de mercado, a ciência empírica e o direito e a religião positivados, representavam uma dada racionalidade e na medida em que cada uma daquelas esferas da vida se organizava para um determinado fim, e acabavam por se tornarem, assim, mais racionais. Habermas vai rever este entendimento de Max Weber ao tempo em que desenvolve a distinção entre a noção de sistema e de mundo da vida compreendidas na Teoria da Ação Comunicativa. Também as grandes descobertas linguísticas da primeira metade do Século XX e os estudos de Lukács serão influentes na perspectiva da revisão habermasiana.

Habermas toma o conceito de mundo da vida na filosofia de Edmund Husserl. Este mundo da vida tinha basicamente

três características: primeiro, a característica de que ele está posto a todos os sujeitos viventes, de forma que possa eventualmente desmoronar, embora não se possa problematizá-lo. Ainda que o mundo da vida possa decompor-se, o que se sabe, enquanto uma segunda característica, é que este mundo da vida não pode ser discordado na intersubjetividade destes sujeitos, pois estaria desde este ponto de vista filosófico, muito adiante de qualquer dissenso possível. Por fim, o mundo da vida possui um contexto inesgotável, muito embora as fronteiras deste mundo sejam intransponíveis. Tais características não são facilmente compreensíveis ao leitor inicial no pensamento alemão, sobretudo na teoria filosófica cuja linguagem peculiar mostra-se quase sempre hermética demais aos estudantes iniciantes.

Mas, em síntese, o que estas características representam é que sobre este mundo da vida todos nós que estamos vivos concordamos ainda que nem sempre este mundo da vida nos pareça a cada um de nós sempre igualmente configurado, e isso tão somente porque estamos vivos e porque não temos como compartilhar controvérsias a respeito dele, já que não se trata exatamente de um conhecimento a que se tem acesso. É por isso que o mundo da vida é dito enquanto intransponível embora noutro aspecto possa ser facilmente compreendido como de sentido inesgotável, uma vez que parece ser princípio deste mundo da vida a possibilidade variada de ocorrências e contextos.

As influências teóricas sobre Habermas

Para Jürgen Habermas, só quem diferencia sistema e mundo da vida poderá compreender as patologias da Modernidade. Com base em Niklas Luhmann e dele a partir de Talcot Parsons, a sociedade é um sistema e devemos

compreender todo contato social como um sistema, inclusive, a sociedade como um grande conjunto de todos os contatos possíveis. Trata-se, evidentemente, de um ponto de vista bem situado na perspectiva sociológica.

Com a grande revolução ocorrida na Ciência da Linguagem, a linguística, a tese weberiana da racionalização ganharia uma nova interpretação. Habermas acreditou que em vez de supor que é racional o sujeito que seleciona meios apropriados para um fim, como pensara Weber, seria racional o enunciado capaz de ser justificado frente a um possível oponente crítico. Todo enunciado levanta uma pretensão de validade, seja porque corresponda ao mundo objetivo, seja porque ele busque um enunciado correto, ou eficaz, ou ainda, porque levante uma pretensão de veracidade. Daí se conclui que não existe apenas uma racionalidade a sustentar diferentes enunciados.

Assim sendo, ao se colocar frente a um possível crítico, aquele que sustentasse um dos enunciados poderia dar razões para que o interlocutor o aceitasse como válido, isto é, como verdadeiro, ou eficaz, ou correto, ou veraz, dependendo do caso. Habermas dirá que a racionalidade “cognitiva” se configurou numa ciência que persegue a verdade enquanto a racionalidade “técnica” se configurou num mercado que persegue a eficácia econômica, visando ao que chamamos comumente de lucro e num Estado que persegue a eficácia política cuja objetividade está objetivamente na conquista do poder.

Em franca distinção a essas duas racionalidades, a cognitiva e a técnica, Jürgen Habermas menciona a racionalidade “normativa” cuja configuração é de uma moral que estabelece o que é correto para todos e um direito que estabelece o que é correto para certa comunidade. Para Habermas haverá ainda uma racionalidade “expressiva”, ou comunicativa, sendo aquela que se configurou numa religião objeto de

veneração privada e numa arte, objeto de veneração pública.

Assim, Habermas não verá em todas as esferas da vida uma única racionalidade de conformação teleológica, mas, antes, que cada esfera da vida adquire sua conformação própria, de acordo com a pretensão de validade. Isto é, se ela busca a verdade, ou a eficácia, ou a correção ou a veracidade, ainda assim serão racionalidades possíveis e admitidas. As esferas da vida que se organizaram segundo a verdade e a eficácia parecem avançar sobre as demais com a clara pretensão de colonizá-las.

Esta questão da colonização é uma questão muito importante no pensamento de Habermas e tem sua raiz em Lukács. A perda de sentido que se fez sentir nas sociedades modernas, todavia, não se deveu à razão, mas, antes, ao que Lukács interpretou como o que chamou de a colonização das esferas da vida instrumental sobre as esferas não instrumentais. Lukács se apropria do conceito de Max Weber de racionalização e o interpreta como coisificação, um processo no qual cada um dos elementos da vida social perde seu valor intrínseco e passa a ser apenas “coisa”, ou seja, quanto à sua utilidade, quanto à sua capacidade de satisfazer certos interesses.

A raiz marxista do pensamento de Lukács faz com que ele veja a coisificação como produto de uma economia de mercado, onde tudo é medido a partir de valor de uso e do valor de troca, onde até mesmo as pessoas se “coisificam”, porque precisam se colocar como produto num mercado que está em busca da melhor oferta. Essa coisificação é que na leitura de Lukács acaba por desumanizar o homem e o seu meio, levando a uma sociedade que já não consegue alimentar os valores duradouros, na qual a vida tornou-se um jogo de troca e por isso mesmo, despido de sentido. Este debate é fundamental para a formação de novas gerações de comunicadores, atentos ao fenômeno da sociedade do consumo.

Habermas vai então reinterpretar este pensamento de

Lukács e chamar a coisificação de colonização para descrever a perda de sentido daquilo que não é coisa, mas, que se vê reduzido a valores puramente técnicos ou econômicos. Jürgen Habermas identifica que isso acontece exatamente quando algum elemento que pertence às esferas não instrumentais da vida é apropriado ou tomado como instrumento pelas esferas instrumentais da vida. É quando, por exemplo, regras morais ou mesmo jurídicas se convertem em meios para alcançar os fins do mercado ou do Estado, ou quando certas “verdades” científicas se sobrepõem aos consensos normativos. É quando existe, por exemplo, exploração econômica ou política das crenças religiosas e das manifestações artísticas. Por esferas não instrumentais da vida temos os princípios e regras morais ou jurídicas, as convicções e práticas religiosas, os padrões e obras artísticas, etc.

De forma progressiva, à medida que avançamos no Século XX, o paradigma da racionalidade econômica e burocrática já não atravessava apenas a maneira como a sociedade funcionava, mas a maneira como os sujeitos passavam a pensar a sua própria condição de vida. Quando os frankfurtianos se opõem a esta racionalidade, é preciso entender que isto não representava que desejassem abdicar de toda e qualquer racionalidade. Apenas, que era preciso reavaliar as bases dessa racionalidade e separar as esferas da vida social, já que esta colonização de mundo nos fazia pensar na razão como algo unicamente instrumental e como única forma de racionalidade admissível. Para os frankfurtianos, a sociedade não precisava, portanto, deixar de ser racional, mas teria que passar a ser racional de uma forma diferente ou admitir a possibilidade de conviver com racionalidades diversas.

Importa que os estudantes universitários consigam compreender também como a história das teorias da Comunicação e de resto toda a gênese dos paradigmas e modelos de racionalidade experimentados pela civilização humana,

ainda que se mostrem em certos aspectos evolutivos em relação a modelos anteriores, não possuem um gráfico necessariamente linear e como as definições recorrem a empréstimos de áreas afins, entre a sociologia e a filosofia com a comunicação, por exemplo. Nesse sentido, fragmentos de uma escola ou modelo teórico são frequentemente revalidados em teorias outras, não sendo necessário que uma teoria deixe de ter validade para que outras ocupem o seu lugar, como queria fazer acreditar a ciência ortodoxa anterior ao Século XX e nem que as ciências tratem de temas dentro apenas de si mesmas, como se o conhecimento fosse organizado em gavetas, cada coisa no seu lugar.

A tese básica da teoria da ação comunicativa é a de que a sociedade moderna se encontra dividida em duas esferas: a esfera do mundo da vida e a esfera do mundo dos sistemas. A primeira estaria formada pelas convicções dadas comunicativamente e compartilhadas intersubjetivamente, obedecendo a uma dinâmica consciente e normativa. Já no caso da segunda esfera, a do mundo dos sistemas, nomeadamente o sistema econômico e o sistema político obedecem a uma dinâmica não consciente e funcional. Habermas alerta para a colonização do mundo da vida pelos sistemas, que submetem os consensos do mundo da vida às suas exigências funcionais. Assim, o papel de uma teoria crítica seria o de denunciar e combater essa colonização, mediante o esclarecimento do mundo da vida.

Proposições teóricas deste âmbito envolvendo a Teoria da Ação Comunicativa não têm sido colocadas, como dissemos, em prática de ensino na graduação em escolas de Comunicação no Brasil, mas entendemos como necessárias para que extraiam o pensamento formador de profissionais de comunicação não apenas de modelos clássicos pensados por gerações de teóricos de determinadas culturas, épocas e lugares. Jürgen Habermas é um autor que nos permite pensar em termos teóricos temas absolutamente pertinentes à Comunicação, como a democracia,

a forma como tomamos decisões em sociedade, as razões que movem nossos juízos e nossas ações comunicacionais e nos faz sermos mais ou menos razoáveis todos os dias.

A teoria da Ação Comunicativa

A teoria da ação comunicativa se apropria de várias concepções anteriores, pois como dissemos, não é exatamente necessário que um conhecimento teórico sucumba para que outro tenha lugar. Parece extremamente interessante que tenhamos reconstruir o sentido da desejada emancipação humana pelo questionamento de questões ligadas à Comunicação Social. A participação da Comunicação neste processo requer a compreensão em torno de processos de racionalização que revelem a evolução mesmo que simbólica, de diferenciação do chamado mundo de vida, ou de aperfeiçoamento da comunicação entre os sujeitos. O mundo emancipado é, afinal, aquele onde o mundo vivido tem supremacia sobre o mundo do sistema. O que significa resolução dos conflitos humanos com base em discussões racionais e evolução material equilibrada com as exigências do meio ambiente, por exemplo.

Outro aspecto muito importante é que a ação comunicativa precisa, claro, ser diferenciada de outras formas de ação, do agir teleológico ao agir estratégico. Uma comunicação baseada na ação comunicativa tem certa disposição a relativizar sua enunciação diante da possibilidade de que ela seja contestada por outros atores sociais. De forma pronunciada ou não, todo aquele que assim se comunica presume quatro pretensões de validade segundo Jürgen Habermas: a inteligibilidade, a verdade, a correção (normativa) e a veracidade. Habermas chegou a considerar a inteligibilidade como um pressuposto de todas as demais, considerando-a essencial às outras três pretensões de validade.

Reconhecer a possibilidade do outro é uma atitude filosófica que está longe, no entanto, de aceitar ou contestar suas enunciações. Por isso, a forma de ação comunicativa parece ter algo de superior às demais e parece também mais apropriada para estudar a complexidade que é a comunicação social humana. A superioridade, neste caso, não quer dizer uma escolha estratégica mais acertada, mas a validade de abordagens as mais diversificadas.

Existiram, assim, quatro formas a escolher numa ação comunicativa: no Agir Teleológico, o sujeito busca a verdade e tem como referência o mundo objetivo. É a Razão na sua forma mais universalizante possível, o conjunto de juízos que a realidade permite que se aceite como verdades postas à prova. Nem todos os fatos e fenômenos, processos e razões, evidentemente, se ajuízam em torno deste tipo de ação humana.

Há uma segunda forma de ação a que se chamou de Agir Normativo, no qual, ele, sujeito, busca ação comunicativa para efeito de uma correção e tem como referência o mundo social. Trata-se do conjunto de ações facilmente identificável em exemplos que envolvam regulamentos, normas, regras e disposições até certo modo estáveis para a conduta dos sujeitos em sociedade.

Existe ainda um terceiro modo de agir, cunhado como o Agir Dramatúrgico, através do qual ele, sujeito, pretende a Veracidade, mas, toma o mundo pelo aspecto da subjetividade. A razão que sustenta esta forma de ação não tem qualquer preocupação com a evidência, portanto, com os fatos ou as provas possíveis, deixando-se levar pela verosimilhança do mundo, pela probabilidade de verdade em torno do que se afirma com intuito de ação comunicativa.

O quarto tipo de ação comunicativa apontada por Habermas é propriamente a do Agir comunicativo, uma capacidade de atuação do sujeito no campo do social que por sua vez, tem a pretensão de entendimento e não de razão ou verdade e a referência do sujeito é sobremaneira reflexiva em

torno dos outros três, o objetivo, o subjetivo e o normativo. São todas as quatro, evidentemente, pretensões sempre racionais, haja vista que se fossem irracionais, não conseguiríamos sequer verificá-las seriamente, mas há que se compreender que tais racionalidades se estruturam sobre bases ligeiramente distintas. Para uma verdade ser aceita precisa ser aceita a racionalidade do oponente e este é o aspecto que um empenho comunicacional precisa tomar como fundamental no esforço argumentativo.

O tipo de agir orientado ao entendimento não é encontrável sempre e em qualquer lugar, conforme a teoria habermasiana. Com alguma frequência, o autor alemão é apontado como um teórico idealista, já que utiliza raramente o empirismo para explicar seus pontos argumentativos, ao defender que a ciência não pode chegar à coisa em si sem um amplo mapa conceitual. Na orientação para o sucesso, o indivíduo persegue os seus interesses individuais, organizando uma estratégia baseada nas consequências de suas ações. Para alcançar seus objetivos, vale influenciar outros indivíduos, pelo que se caracteriza a ação estratégica.

Habermas defende, como proposta para a sociedade, que transitemos progressivamente da ação estratégica para a ação comunicativa. Nesse tipo de ação, a orientação deixa de ser exclusivamente para o sucesso individual, e passa a se denominar como orientação para o entendimento mútuo. Nesse novo âmbito, os atores procuram harmonizar seus interesses e planos de ação, através de um processo de discussão, buscando um consenso. Este é o ponto demarcatório do pensamento de Habermas, que embora pertença a uma geração da escola crítica, diferentemente dos frankfurtianos acredita na insurgência e transformação das condições sociais e na construção dos consensos.

Seja qual for a estratégia que se escolha, a marca da racionalidade humana sempre estará presente, sem o que não

se poderia falar em ação racional, evidentemente. A grande diferença é que na ação estratégica a definição da finalidade não abre espaço para ouvir os argumentos dos outros, enquanto no agir comunicativo há um espaço de diálogo, em que se pensa em conjunto sobre quais devem ser os melhores objetivos a serem buscados por um grupo social. É o que se entende por consenso. Em geral, o aluno entende consensual uma decisão em que as pessoas passem a concordar umas com as outras, mas não é exatamente isso. O consenso pretendido num ato comunicacional estratégico é o de determinar a vontade da busca por este consenso e quando ele ocorrer, significará que muito embora talvez ainda existam posições contrárias, opte-se por uma decisão até onde seja possível aos agentes, de modo a evitar-se o rompimento do diálogo e a não comunicação.

O entendimento mútuo que decorre de uma forma que comunicativamente deverá facilitar sobremaneira a defesa do que se entenderá em Habermas por uma democracia, impondo-se o diálogo contra toda forma de repressão ou censura. Comunicação em Habermas, portanto, como um ato determinantemente político. Na ideia de mundo da vida, Habermas mostra a racionalidade dos indivíduos mediada pela linguagem e pela comunicatividade, uma certa propriedade de aptidão para que ela ocorra. Esses elementos se constituem em instrumentos de construção racional dos sujeitos calcados na estruturação de três universos: o objetivo, o subjetivo e social.

É buscando compreender como de forma ideal sujeitos se comunicam que Habermas parte de sua concepção ontológica para uma construção da racionalidade. Na Teoria da Ação Comunicativa, o tema da racionalidade das opiniões e das ações é tratado sobre por perspectivas filosóficas e sociológicas, sendo que a razão é a base do estudo da filosofia. Os gregos da antiguidade, aliás, quando estudam a própria razão, fundamentam-se numa base social ontológica a partir

do que poderíamos chamar de um discurso comunicativo. A ação realizada por meio de uma estratégia comunicativa busca explorar uma dada sociologia do mundo e certa forma de relação dos sujeitos, ou seja, uma sociologia de ação em que o universo subjetivo se constitui via elementos que se encontram estruturados na esfera pública em busca da emancipação social destes mesmos sujeitos.

A ação comunicativa permite a articulação de valores entre os sujeitos, supostamente o diálogo de suas diferenças, bem como a elaboração de normas e o seu questionamento. Neste sentido, não há lugar para pretensões de verdade, nem mesmo de validade, que não seja o verossímil, o provável.

Em sua teoria, Jürgen Habermas explicita que as ideias sobre verdade, liberdade e justiça estão inscritos na nossa fala cotidiana. Toda comunicação é mediada por atos de fala entre dois ou mais sujeitos, portanto a comunicação acima de tudo é um fenômeno de linguagem e seu processo deve ser entendido como tal. Nesses atos de linguagem que permeiam a comunicação é que participam os mundos objetivo, social e subjetivo.

A Comunicação em Habermas é um processo coordenado. Esta coordenação busca o entendimento cooperativo da interpretação de algo no mundo. Não se trata de um cálculo egocêntrico de resultados, mas de atos de entendimento. Na ação comunicativa, os participantes não visam ao próprio êxito, num primeiro momento, mas antes, perseguem seus fins sob a condição de que seus argumentos possam se harmonizar com os demais, pelo que a Teoria da Ação Comunicativa se distingue definitivamente da ação instrumental.

Para compreensão maior dessa teoria, é necessária a explicitação de alguns conceitos: entender que a racionalidade Instrumental significa um modo de agir ligado ao princípio de meios-fins. A intenção é ser eficiente na comunicação,

evitarem-se perdas. O componente subjetivo de um agente sobre outro é inegável. Ali recaem a técnica e a base científica humana. Já na chamada racionalidade comunicativa, criada e defendida por Habermas, é a capacidade de os sujeitos interagirem em grupo, mediando seus interesses como sendo pretensamente iguais, coordenando suas ações através do diálogo sincero, no qual todos são ouvidos. Predomina o interesse objetivo do grupo.

Quem é Jürgen Habermas

Breve biografia

Jürgen Habermas nasceu em Düsseldorf, na Alemanha, em agosto de 1929. Ele provém de uma família de classe média, na Renânia. Estudou em Göttingen e em Bonn na Alemanha e em Zurique, na Suíça. Seus estudos incluíram História, Psicologia, Economia, Filosofia, Literatura alemã e Economia. Atuou como jornalista independente, foi assistente de Adorno no Instituto de Pesquisa Social em Frankfurt, professor em diferentes universidades, e diretor do Instituto Max-Planck de Starnberg para pesquisa das condições de vida do mundo técnico-científico, entre outros cargos e funções. Recebeu diversos prêmios, entre eles, o Prêmio Hegel da cidade de Stuttgart e o Prêmio Paz das editoras alemãs, este concedido em 2001. Algumas de suas Principais Obras: (1963) *Theorie und Praxis*; (1968) *Erkenntnis und Interesse*; (1968) *Technik und Wissenschaft als Ideologie*; (1981) *Theorie des Kommunikativen Handelns*; (1985) *Der Philosophische Diskurs der Moderne- die Neue Unübersichtlichkeit*; (1999) *Wahrheit und Rechtfertigung* entre outras publicações.

Referências

HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio: Tempo Brasileiro, 2003.

HABERMAS, Jürgen. *Teoría y Praxis*. Estudios de filosofía social. 5ed. Madrid: Tecnos, 2008.

RESSE-SCHAEFFER, Walter. *Compreender Habermas*. 3ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

3.

Velhos e novos porteiros – A teoria do Gatekeeping

LAURA SELIGMAN¹

Introdução

Estudos preliminares

Entre as Teorias do Jornalismo, a mais antiga a ser registrada diretamente à prática profissional é o que chamamos de Teoria do *Gatekeeping*, ou para alguns autores, a teoria da Ação Pessoal. Na década de 1950, o norte-americano David Manning White (1950) utilizou um termo que já era usado na psicologia social para definir como os fatos se tornavam notícias por meio da escolha de um agente determinado: no caso, o jornalista. Ele nomeou os jornalistas como *gatekeepers*,

1. Jornalista, Mestre em Educação, Doutoranda em Comunicação, Pesquisadora do Grupo Monitor de Mídia, professora na Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Santa Catarina.

uma espécie de guardiões do portão com uma nobre missão: deixar passar o que deve ser notícia e decidir “matar” as que não merecem, por vários motivos, ir a público. Os tomadores de decisão no processo de produção da notícia.

Originalmente, o termo Gatekeeper, que em uma tradução literal poderia ser “o guardião do portão”, foi usado pelo psicólogo Kurt Lewin (1947) para registrar decisões de consumidores a respeito da compra de alimentos para sua casa. O estudo se referia à necessidade de troca de alimentos em período pós-guerra. White, que foi seu assistente na Universidade do Iowa, queria algo bem diferente – demonstrar o processo de escolhas pelo qual os fatos passam durante o processo de produção das notícias. Ou seja, o que e quem definia as notícias como elas são.

O estudo consistia em uma pesquisa sobre o trabalho jornalístico de um profissional de meia-idade, o qual chamou de “Senhor Gates”, um claro trocadilho com a palavra que em Inglês significa portão. Esses portões nada mais seriam que as tomadas de decisão que o jornalista tem ao longo do processo produtivo da notícia.

No período de uma semana, o Senhor Gates teria anotado tudo que o levou a rejeitar fatos que não se tornaram notícias. De cada dez fatos examinados, nove foram rejeitados. Em números, das 1.333 justificativas para a “morte” de uma notícia, cerca de 800 se deviam à falta de espaço, 300 eram repetidas ou sem relevância jornalística, e outras 76 não interessariam ao público daquele jornal. Após esse período, White considerou as decisões do jornalista arbitrárias, baseadas em questões subjetivas e opinião pessoal. Apesar de imediatamente refutada por outro estudo liderado por Gieber (1960), que considera a estrutura burocrática muito mais influente do que qualquer opinião pessoal, os estudos de White são fundadores e determinantes na compreensão das notícias e de sua produção. Em 1989, Schudson (2001) dá o nome de “ação pessoal” à teoria

sobre essas tomadas de decisão. Há quem considere a teoria ultrapassada, sobrepujada por novas questões, como a da construção social da realidade. Conjecturas e refutações à parte, a teoria do *gatekeeping* deu a partida para os estudos que vieram tirar o Jornalismo da prática cega e iniciar um período de reflexão sobre a própria ação. O jornalista começa a compreender, então, seu papel decisivo nesse processo: frente ao grande número de fatos que ocorrem todos os dias, ele toma decisões como as seguintes:

1 – Quais deles são, além de fatos sociais, também fatos jornalísticos?

Adelmo Genro Filho (1987), no seu clássico *O segredo da pirâmide*, faz essa divisão de uma forma bem simples: fatos sociais são aqueles gerais, comuns a todos os membros da sociedade ou a maior parte deles. Fatos jornalísticos inexistem por si, precisam ser observados pelo sujeito jornalista e associados às consequências que podem provocar, geralmente por seu caráter inesperado;

2 – Quais se enquadram nas expectativas dos leitores ou do público?

O jornalismo trabalha com público definido, mesmo que em alguns casos esse recorte não vá além da imaginação de quem o projetou. A maioria das empresas costuma promover ou encomendar estudos que têm a intenção de delinear quem são as pessoas que consomem essas notícias e dessa forma, acertar no alvo – publicar não só o que é de interesse público, mas também interesse do público;

3 – Quantas notícias selecionadas se encaixam no espaço disponível à publicação?

Jornalismo se faz com tempo e espaço limitados. Essa é uma máxima que vai e vem. Até o princípio do jornalismo online, não havia discussão. O espaço do jornal, o tempo do radiojornal e do telejornal tinham seus limites reconhecidos. Com o início

do jornalismo na web, muitos passaram por uma fase de deslumbramento, em que se prometia um jornalismo sem ponto final – afinal de contas, por que limitar o texto se cabe tanto nesse ambiente virtual? Hoje sabemos que apesar de haver espaço, novas normas recomendam textos curtos em muitas divisões, muito semelhante ao que os jornais impressos já fazem desde meados do século passado. Recomendações como as de Nielsen (2012), apontam para textos curtos, muita hipertextualidade, evitar barras de rolagem etc.

4 - Quantas dessas obedecem às normas e orientações editoriais da empresa jornalística? Quais interesses estão envolvidos nesse fato?

Empresas jornalísticas, ora, são empresas, visam lucro e precisam, ao menos, sobreviver economicamente. Então, não há ilusão: há interesses econômicos e políticos ligados diretamente ao funcionamento do veículo jornalístico e outros ligados às relações que são estabelecidas nesse jogo. Na rotina jornalística, o *gatekeeper* precisa estar atento a todas elas – as declaradas e também as veladas.

Gatekeeping é, em suma, o controle que o próprio veículo institucionaliza para definir o que é notícia. Essa regulação obedece, ainda, a uma hierarquia imposta nas redações: repórteres, pauteiros, chefes de reportagem, editores... todos têm responsabilidades, mas quanto maior o posto, maior o poder de decisão final. É justo que a responsabilidade aumente também. Hoje, os estudos de *gatekeeping* estão centrados na maneira como a seleção das notícias é feita, no contexto da seleção.

Estudos contemporâneos

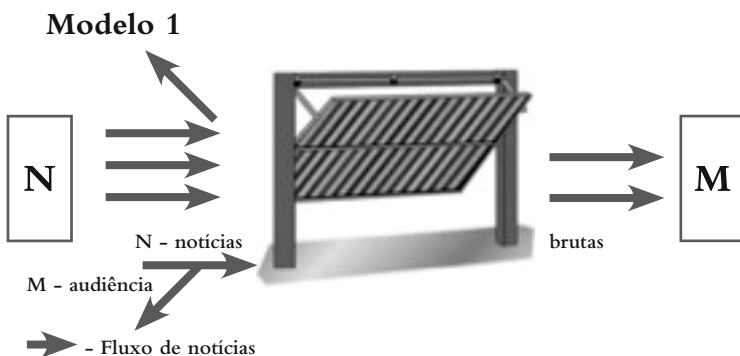
O *Gatekeeping* é o papel central da mídia na atualidade. Decidir em plena Era da Informação, qual será levada a

público implica sair do que autores como Potter (2004), da Media Literacy, chamaram de piloto automático. Afinal de contas, são esses guardiões que determinam o que é a realidade social de cada indivíduo, sua visão de mundo.

Conhecemos lugares distantes, pessoas diferentes e em muitas vezes até nossa vizinhança, pelo conteúdo da mídia. Ela nos apresentou pinturas famosas encarceradas em museus que estão longe de nosso alcance. Ela trouxe informações sobre um povo que está por desaparecer no Alto Xingu. Ela nos alerta para os perigos de doenças endêmicas. Mas não é espelho da realidade. Conhecemos tudo isso e muito mais porque alguém ou um grupo de pessoas decidiu que essas temáticas seriam importantes e adequadas. É sobre essas pessoas e essas decisões que falamos. E não são apenas as decisões sobre o que publicar, mas como publicar. Que tamanho essa notícia merece? Em que espaço do jornal deve aparecer? Que destaque deve ser dado? É o que alertou Lippmann (2008).

Modelos

O modelo original de White (1950) é simples de representar: as notícias chegam ao *gatekeeper*, que por meio de critérios pré-estabelecidos, define quais chegam a audiência (aqui representada pela letra M).



Mas, com o aumento das corporações jornalísticas, a figura do *gatekeeper* como única não cabe mais. Temos um fluxo com mais componentes de diferentes hierarquias que reescrevem, reorganizam e redefinem o conteúdo, como abaixo, no Modelo 2.

Modelo 2



Com o jornalismo online, multiplataformas e digital em que a informação circula pela mídia, mas também além do *mainstream*, as entradas podem ser múltiplas, ultrapassando os tradicionais *gatekeepers*. Isso pode se dar tanto em Sites de Redes Sociais, por exemplo, em que uma informação não divulgada pela mídia massiva se espalha através de compartilhamentos; mas, também no poder que o leitor online exerce ao preferir determinado assunto, elevando o número de hits e forçando *gatekeepers* a optar por ele em edições futuras.

Na sala de aula

Bem, os conceitos até agora revistos costumam ser expostos costumeiramente em disciplinas de Teorias da Comunicação, normalmente em uma segunda parte em que se apresentam as Teorias do Jornalismo. Fáceis de serem compreendidos, podem não fazer sentido se isolados da prática noticiosa.

A maioria dos 316 cursos de Jornalismo existentes no Brasil (conforme pesquisa desenvolvida pelo departamento de Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina) ainda mantém uma disciplina que fez parte das matrizes curriculares quando ainda havia a exigência federal de um currículo mínimo: a disciplina de Edição.

A variedade de ementas gira em torno de variações sobre como publicar um jornal impresso – critérios, processo de produção, a própria edição. Este é mais um lugar de prática e análise do gatekeeping.

Outras disciplinas que tratam diretamente da prática noticiosa podem e devem abordar esse conceito teórico e sempre alertar os alunos para a reflexão que devem fazer sobre a própria prática, evitando a caminhada cega e automatizada. Pode aparecer em aulas sobre reportagem e entrevistas, sobre o radiojornalismo e o telejornalismo, sobre o jornalismo online. É transversal, não pertence a uma só ementa.

Vamos sugerir, aqui, dois exercícios fáceis de fazer em sala de aula e de bons resultados. O primeiro, básico, direcionado a calouros, por exemplo. O segundo, para turmas que já podem circular de forma mais confortável, entrevistar e redigir.

Exercício 1

O exercício é simples – consiste em escolher uma manchete do dia ou dos últimos dias que não seja um acontecimento não pautado (desastres naturais, acidentes, etc.). Por exemplo, uma reportagem a respeito de um determinado político, seja qual for a angulação do texto.

Imediatamente, até os alunos menos experientes podem identificar critérios de noticiabilidade que levaram o fato a receber destaque na mídia. O exercício está em ir além da camada superficial e fazer perguntas que ultrapassem a técnica:

- 1) Quem pautou esta notícia ou reportagem?
- 2) Que interesses podem estar envolvidos?
- 3) Que instituições se beneficiam ou são prejudicadas com esta publicação?
- 4) Por que ela foi pautada e publicada?

- 5) Quais são as fontes primárias? Quem elas representam?
- 6) Que outro ângulo poderia ser dado a essa peça jornalística? Por que não foi dado?
- 7) Como a concorrência abordou o tema?

Essas e outras perguntas têm o objetivo de dissecar o texto até que os alunos percebam a construção da notícia através dos filtros aplicados e abandonem a ideia de que a notícia é dada, que ela pode ocorrer naturalmente sem a necessidade do observador/jornalista. O objetivo é compreender a notícia como construção social e identificar seus agentes.

Exercício 2

A ideia aqui é comparar a mídia pouco interativa com a que se submete diretamente à aprovação do público. Que tal comparar durante determinado período o comportamento de jornais impressos e online e analisar que tipo de assunto recebeu mais atenção do veículo e, por consequência, maior destaque?

Jornais online têm a resposta imediata através do sistema de hits, que informa prontamente que textos foram mais lidos, enviados, comentados. Já o jornalismo impresso depende de nossas crenças em o que seria realmente o interesse do público. Nossos “sagrados” critérios de noticiabilidade. A diferença costuma ser gritante, vide artigo publicado por Seligman e Furtado (2011).

Se o ensino das Teorias da Comunicação é feito sem a devida contextualização, talvez seja pouco clara sua função na vida profissional. Mas, dado o devido contexto e a problematização, elas podem se tornar instrumentos de análise da própria prática profissional. É o que três ex-alunos de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí nos contam.

O que eu faço com isso?

Victor Fernando Pereira – repórter do Jornal de Santa Catarina – 22 anos

Em um mundo jornalístico ideal, a Teoria do Gatekeeping poderia existir da forma como foi concebida inicialmente. Porém na realidade de quase todas as redações, excluindo uma ou duas em todo o país, essa ideia é facilmente contestada.

Na essência, a teoria tem fundamento. O jornalista é a figura que abre ou fecha as portas dos jornais, rádios, televisões e sites para os fatos. A diferença está no que motiva o girar das maçanetas. A prática do jornalismo é sim carregada de subjetividade, mas o que determina o conteúdo que será publicado raramente é apenas a pura intuição ou juízo de valor.

Os veículos de comunicação dependem do tempo. Se os editores de jornal pudessem ter um desejo profissional realizado, provavelmente pediriam que todas as notícias acontecessem pela manhã, de preferência logo depois do amanhecer. Um grande anúncio surpresa do prefeito da cidade feito às 22h? Sem chance de virar matéria no jornal do dia seguinte se o fechamento for às 20h. Quando o político estiver dizendo as primeiras palavras, a edição já está quase pronta para ganhar as ruas.

Outro obstáculo que acaba filtrando o conteúdo é o espaço. Os anúncios garantem a saúde financeira do jornal, e o tamanho de cada edição também é pré-determinada conforme a ocupação comercial e o impacto que o número de páginas traz aos custos de impressão e distribuição. Uma notícia que poderia – se houvesse tempo adequado – ganhar destaque na capa do jornal acaba, muitas vezes, reduzida a um material menor e menos aprofundado por falta de espaço.

Na internet o tempo e o espaço perdem enorme parte da relevância, mas também nos meios online há obstáculos ao conteúdo ideal. Embora não exijam rodagens, impressões, distribuições ou limite para apuração e publicação jornalística, os sites também são dependentes: de jornalistas.

Jornalistas que cumprem jornada de trabalho, e têm os mesmos direitos trabalhistas assegurados por qualquer categoria profissional reconhecida.

Principalmente em pequenas e médias redações, quem produz o conteúdo para internet é o mesmo repórter que precisa dedicar valoroso tempo ao jornal impresso. Acaba indo para a web, desta forma, aquilo que é considerado mais importante, impactante e de credibilidade – e aí sim entra um pouco da subjetividade, o juízo de valor natural ao ser humano.

Teoricamente – e é bom que se ressalte esta palavra – o jornalista é o profissional mais indicado e qualificado para, com base em critérios técnicos e sendo o mais objetivo possível, fazer essa seleção do que é notícia. Abraçar o mundo é uma utopia, e tanto o jornalista quanto o consumidor de informação precisa ter consciência disso.

Não fosse assim os jornais teriam incontáveis páginas e os telejornais teriam intermináveis horas, e ninguém terá paciência e tempo para tanta informação – a não ser que, subjetivamente e fazendo amplo juízo de valor, você selecionasse o ato de se informar como o mais importante do seu dia...

Felipe da Costa – assessor de imprensa na Câmara de Vereadores de Itajaí/SC – 25 anos

Como trabalho com assessoria de imprensa, a Teoria do Gatekeeping tem uma importância dupla durante o exercício da profissão. O primeiro filtro sou eu mesmo, que preciso decidir o que deve ser divulgado e de que forma e qual o momento mais adequado.

O conhecimento da teoria possibilita ainda entender o funcionamento dos filtros de seleção das mídias. Isto me obriga a escrever o texto de forma que interesse aos veículos de comunicação e passe por seus gatekeepers, de forma

que a instituição em que trabalho consiga se comunicar com a comunidade em geral.

Patrizia Araceli Krieser – editora de Política no Jornal de Santa Catarina – 26 anos

Escolher. Talvez seja esse o verbo mais presente no dia a dia de um editor. Escolhe-se a pauta, o foco, o que é uma nota ou matéria de página inteira, a informação que cai e a que fica. O processo de construção e seleção da notícia, porém, não se dá apenas de acordo com critérios individuais do editor. Uma série de fatores externos age sobre as escolhas do jornalista. A linha editorial, por exemplo, é o que conduz a reflexão acerca do que vai virar notícia. Nesse sentido, em um veículo que considera o localismo prioridade, ganham destaque as manifestações culturais, sociais, políticas, econômicas e esportivas que atendam a esse critério. Assim, exceto diante de casos com dimensão extraordinária, como o julgamento do mensalão e o incêndio na boate de Santa Maria, o que ocorre na cidade-sede do jornal e arredores tem mais esforço de reportagem e também espaço do que aquilo que se passa nas demais regiões do país.

A responsabilidade que repousa sobre o editor torna obrigatório pautar decisões em critérios claros à redação e ao público. Por isso, considerar fatores externos e estabelecer processos internos é fundamental para evitar a subjetividade mencionada nos resultados do estudo de White que deu origem à Teoria do Gatekeeping. Se na metade do século passado o que se encontrou foi arbitrariedade, atualmente, a popularização da informação permitiu ao público identificar e condenar esse tipo de comportamento.

Referências:

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide* – para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre, Tchê, 1987.

GIEBER, W. How the ‘gatekeepers’ view local civil liberties news. *Journalism Quarterly*, 1960.

LEWIN, Kurt. Frontiers in a group dynamics II: Channel of group life: Social planning and action research. *Human Relations*, 1947.

LIPPMANN, W. Opinião Pública. Vozes, 2008.

NIELSEN, J. Nielsen Norman Group Website. Disponível em <http://www.nngroup.com/> Acesso em 03.03.2013.

POTTER, W.J. Media Literacy – a cognitive approach. Sage, 2004.

SELIGMAN, L; FURTADO, M.L.S. Interação online: o jornalismo que provoca a reação dos leitores na web. Disponível em <http://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-21.pdf> Acesso em 03.03.2013

SCHUDSON, M. The objectivity norm in American Journalism. *Journalism*. 2001.

WHITE, D.M. The ‘gate keeper’: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 1950.

Para saber mais:

HOHFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz. C.; FRANÇA, Vera V. **Teorias da Comunicação** – conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. SP: Contexto, 2005.
- PEREIRA JUNIOR, Luiz C. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim. P. **Gatekeeping Theory**. New York: Routledge, 2009.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – volume I – Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Porto: Editorial Presença, 1995.

4.

Desatando nós e construindo laços: dialogicidade, comunicação e educação

LUCIENE DE OLIVEIRA DIAS

*...palavra por palavra
Eis aqui uma pessoa se entregando.
(Gonzaguinha)*

Para pronunciar o mundo em que vivemos, é fundamental a compreensão de que não existe palavra que não seja *práxis*¹. Pela palavra, unimos as dimensões tão buscadas da

1. *Práxis* é entendida aqui como atividade, ação. Desde Aristóteles que a expressão é consagrada como um termo filosófico e designa ações intransitivas ou morais que têm em si mesmas um sentido completo ou pleno, como, por exemplo, a ação de ver, julgar, dançar. Em sua oposição existem as ações transitivas que têm a sua conclusão numa obra exterior, tais como construir, pintar, cozinhar. Já para o neoplatonismo, a *práxis* consiste na ação humana produtiva, envolvendo todos os trabalhos manuais e toda a atividade humana, mas vista como sendo

ação-reflexão sendo, portanto, necessário que entendamos nossos anseios para, a partir daí, caminharmos no processo de transformação do mundo. Primeiro ousamos nos conhecer e, na medida em que nos conhecemos, conhecemos também os nossos outros. Ao nos pronunciarmos, o fazemos em convergência com nossos outros pronunciantes. No caminho de transformação do mundo, este, por sua vez, “se volta problematizado aos sujeitos *pronunciantes*” (FREIRE, 2005, p. 90), que não se limitam à relação eu-tu, mas complexificam-na fazendo com que o “dizer a palavra” se transforme em direito, a ser ansiado cotidianamente. Neste exercício de vida, o diálogo assume a condição de exigência para a própria existência humana e somente é possível a partir do “encontro”, do “ato de criação”, não deve nunca ser compreendido como “doação do *pronunciar* de uns a outros” (FREIRE, 2005, p. 91). Esta é a perspectiva apontada pela dialogicidade freireana e é a partir dela que propomos ação-reflexão acerca do pensar-fazer comunicacional em espacialidades de aprendizagem, expresso aqui pela tomada da palavra.

uma atividade básica e conseqüentemente inferior, pois mantém o homem aprisionado na sua condição material de existência. Na Filosofia ocidental, a *práxis* seria uma característica essencial do materialismo dialético professado pelo marxismo. De acordo com Marx, a realidade é uma produção da atividade concreta humana e não uma atividade pensante, como os idealistas defendiam. Assim, Marx vai transferir o princípio da *práxis*, da concepção abstrata do espírito, para a atividade humana material e social concreta de transformação da realidade objetiva da natureza, da sociedade e do próprio ser humano. A *práxis* passa então a designar, pelo marxismo, as atividades industriais, as relações sociais. A atividade humana torna-se a reconciliação da teoria e da *práxis*. Toda a teoria é teoria da *práxis*. Exprime a unidade dialética do pensar e do ser, sendo ao mesmo tempo saber e prática, conhecimento e ação. É o termo natural da teoria, sem o qual esta seria inútil e ilusória. In: Infopédia. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível em: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$praxis](http://www.infopedia.pt/$praxis)>. Acesso em: 08 abr. 2013.

O propósito deste trabalho é, efetivamente, perceber alguns ruídos entre dialogicidade, comunicação e educação e buscar sistematizar entrelaçamentos de processos que já estão entrelaçados se compreendidos em sua plenitude, uma vez que dialogicidade, comunicação e educação seguem uma lógica de reciprocidade em que “dar, receber e retribuir” (Mauss, 2003) são também condições para a existência humana. Esta reciprocidade tão trabalhada pela Antropologia, por sua vez, converge para a própria compreensão de comunicação estabelecida por Freire (1983) em sua diferenciação desta para a extensão e sua insistência na afirmação de que a comunicação somente se realiza quando as trocas são constantes, respeitadoras e libertadoras. Pelas trocas aqui sugeridas, chegamos à humanização, conforme proposto por Medina (2002), das relações estabelecidas quando o diálogo se torna possível. Para se chegar a este propósito, será feita discussão acerca das categorias - sustentadas pela perspectiva freireana, mas também pelos campos da Comunicação e da Antropologia - e buscada a compreensão de que os processos envolventes e envolvidos são sinalizadores contumazes da circularidade do pensar-fazer comunicacional.

E o que vem a ser o pensar-fazer comunicacional? Esta questão nos impulsiona até o campo das epistemologias, extrapolando a aplicação do conhecimento e caminhando no sentido de pensar o próprio pensamento. Neste caminho, precisamos “compreender que regras, que princípios regem o pensamento que nos faz organizar o real, isto é, selecionar/privilegiar certos dados, eliminar/subalternizar outros” (MORIN, 1986, p. 111), numa atitude de humanização do próprio pensar-fazer. Uma atitude libertária - e por isso revolucionária -, se esta compreensão passa pela dialogicidade, uma vez que abandona-se a subordinação às demandas do mercado de trabalho e à lógica mercantil

em nome de uma busca pela formação humana em sua plenitude. Não ignoramos aqui as construções de matrizes curriculares pautadas pelo mercado em muitas escolas de comunicação, mas ansiamos que esta forma de construção seja pontual e provisória. Pensando no caráter profundamente fragmentado da comunicação, torna-se um grande e estimulante desafio trazer à superfície da discussão os conhecimentos práticos, as teorias e as epistemologias.

Neste ponto, fazem-se necessários questionamentos sobre o que sejam epistemologias da Comunicação? Sobre a existência de uma relação imediata entre esta e uma ciência da Comunicação? E ainda sobre o que vem a ser uma ciência da Comunicação? Este é um terreno instável uma vez que, embora venha orientando os debates em torno do chamado campo comunicacional, ainda não consegue ser conclusivo no sentido de fortalecer e consolidar a própria área de conhecimento. No Brasil, o campo é recente e somente na década de 1970 - com a expansão do impresso, do rádio, da televisão, das agências de publicidade e das relações públicas - surgem os primeiros cursos de graduação (LIMA, 2001). É também a partir deste momento que começam a surgir os primeiros estudos de comunicação no Brasil, marcadamente por seu caráter residente em uma dinâmica interdisciplinar, avesso à definição de campo institucional, o que relativiza sua própria autonomia. Assim é que nossas incursões teóricas se amparam, historicamente, em outras áreas de saber, abrindo temas, unidades teóricas e marcos reflexivos que afunilem o debate quando falamos em epistemologias da Comunicação.

Uma das possibilidades de chegar-se a este propósito de discussão dos conhecimentos práticos, das teorias e das epistemologias, considerando esse caráter interdisciplinar, é trilhar a reflexão pautada pelo que pode ser chamado de perspectiva da diferença. O argumento é de que esta mantém uma ética de inclusão, lida com a ciência sem ignorar

a sensibilidade e a estética, além de pensar sempre de forma propositiva, elaborando epistemologias sim, mas para a vida. O próprio Paulo Freire nos assegura acerca da existência das epistemologias emergidas e orientadas para a *práxis*, o que extrapola a obtenção do poder pelo poder. Se a comunicação, e em seu sentido mais *stricto* o diálogo, é a expressão do que chamamos de representação, texto, linguagem, conhecimento enfim, investir na compreensão desta é tarefa sem o que fica comprometida a vida pela diferença. Unir em uma única reflexão estes pontos do pensar-fazer comunicacional torna-se urgente e necessário.

Vale aqui uma breve colocação sobre o que entendemos por diferença e o necessário distanciamento do vínculo com a noção de diversidade. “Parece difícil que uma perspectiva que se limita a proclamar a *existência* da diversidade possa servir de base para uma pedagogia que coloque no seu centro a crítica política da identidade e da diferença” (SILVA, 2000, p. 73). Para este teórico, a aposta na construção de uma pedagogia que celebre a identidade e a diferença pode localizar-nos pelo que somos e não pelo que não somos e, conseqüentemente, caminhar para a construção de identidades afirmadas, propositivas. Não há a possibilidade de trabalhar a formação de conceitos individuais, mas sempre formas diferentes de agrupar, regular e classificar conceitos, estabelecendo relações entre os mesmos. Para isso, há que se reconhecer a diferença neste processo complexo e demorado, mas para o qual a Antropologia tem conseguido oferecer possibilidades de análises. Ao discutir etnicidade, Carneiro da Cunha (2009) nos ajuda a pensar a situação como uma forma de organização política, o que conduz à reflexão sobre cultura como algo dinâmico, constantemente reelaborado e ainda à afirmação, neste caso étnica, como uma importante forma de manifestação política.

Nossa capacidade de estabelecer princípios de igualdade e diferença nos habilita a formular ideias mais complexas

e organizá-las dentro de diferentes sistemas classificatórios. De acordo com Sousa Santos (1999, p. 44), “temos o direito de ser iguais sempre que a diferença nos inferioriza; temos o direito de ser diferentes sempre que a igualdade nos descaracteriza”. Neste sentido, a busca pela diferença tende a oscilar entre os processos de estabilização e subversão, daí a necessidade das representações identitárias e da diferença de forma afirmativa e estratégica, mas sempre partindo do local de fala da pessoa/grupo pronunciante. A partir deste movimento acreditamos ser possível fortalecer, e muitas vezes fazer perceptíveis, agência e política dos processos invisibilizados, inferiorizados ou descaracterizados ao longo da trajetória histórica.

Dos nós...

A comunicação social, lida neste ponto da discussão a partir dos veículos de comunicação social institucionalizados, tem tradicionalmente construído uma forma de organizar não somente o que chamamos de acontecimentos, mas sobretudo os sentidos destes acontecimentos, o que nos coloca em um lugar teórico de estranhamentos sistemáticos. Deste ponto, questionamos a obviedade e transparência dos sentidos dos relatos midiáticos, uma vez que compreendemos os sentidos como múltiplos porque “todos os sentidos são possíveis e, em certas condições de produção, há a dominação de um deles” (ORLANDI, 2001, p. 144). Assim, é possível afirmar que os sentidos não circulam livremente uma vez que estão sujeitos às representações das relações de poder – e são os poderes institucionalizados que têm dominado os sentidos da comunicação social de nossos tempos – mesmo que, corriqueiramente, os meios de comunicação busquem fortalecer o imaginário de que são o registro da realidade e resultado de

um trabalho objetivo de narração dos fatos.

Ainda hoje nas escolas de comunicação aceitamos sem muitos questionamentos clichês como “aconteceu, virou notícia”, que pode muito bem ser reformulado em algo do tipo “se virou notícia é porque aconteceu”, limitando o nosso universo de compreensão sobre a própria existência. A observação nos leva a afirmar que, seguindo esta perspectiva, os consumidores de produtos midiáticos tendem a considerar mais importantes os temas veiculados, ou seja, os meios de comunicação agendam nossas conversas. Embora reconheçamos o poder de grupos organizados e indivíduos também pautarem o que está veiculado na chamada grande mídia, faz-se necessário um trabalho de vigilância – especialmente por parte dos profissionais da comunicação – para que esta não se mantenha a serviço dos grandes grupos de comando na sociedade corrente. Conhecer a comunicação que produzimos pode nos aproximar de ações-reflexões direcionadas rumo à construção da cidadania.

O que se pode afirmar, desde o processo de formação de profissionais da comunicação nas escolas de ensino superior até, e consequentemente, à leitura cotidiana que fazemos das mais diferentes mídias que nos são disponibilizadas, é que embora o discurso midiático nos apareça sempre revestido por uma aura de objetividade, ele nunca é neutro. Este discurso está sustentado por fortes disputas de poder, saber e dizer que constroem zonas de domínio que enrijecem o *status quo* e, consequentemente, mantêm os locais de falas e de privilégios. Basta um estudo rápido sobre as mídias que acessamos para constatar que a objetividade do texto midiático (LAGE, 2003) é falsa, mesmo com as investidas marcadas pelo uso da terceira pessoa e outras estratégias e técnicas de construção da narrativa. Reforçamos que o uso da terceira pessoa ainda é repassado aos aprendizes deste campo do conhecimento como técnica eficaz para se alcançar a objetividade. São usos

estratégicos de palavras que, desde que publicadas em jornais, revistas e outras mídias, constroem o imaginário de credibilidade que impera sobre os veículos de comunicação.

O conclave papal realizado na primeira quinzena de março de 2013 pode ser “bom para pensar”, parafraseando Lévi-Strauss (1987), a complexidade destas relações midiáticas. Toda a técnica e toda a *expertise* da mídia mundial são colocadas a serviço do acontecimento para garantir uma transmissão isenta, objetiva, preditiva e para fazer com que nos sintamos partícipes privilegiados da situação, e em “tempo real”. Neste sentido, são produzidos vídeos, textos, imagens fotográficas, infográficos, desenhos; nos familiarizamos com expressões pouco ou nunca usadas em nosso cotidiano, a exemplo de Capela Sistina, chaminé, cardeais. Fazem-se matérias de todos os tipos, nossos sentidos são aguçados para sabermos como se produz a fumaça preta, como se produz a fumaça branca – e não entendemos direito quando ela se apresenta acinzentada –, nos transportamos até o frio que não afugenta a multidão da Praça São Pedro. Discutem-se nomes, destringem-se as árvores genealógicas dos favoritos, tenta-se antecipar a escolha em dias, minutos, segundos, como se fosse uma aposta que nos envolvesse de fato. Em épocas de redes sociais tomando conta do nosso tempo, acompanhamos manifestações de cristãos e não cristãos buscando comprovar, não se sabe direito a quem, que estão bem informados. Profissionais de todo o mundo se concentram no Vaticano para testemunhar a história, que é contada e recontada com o fim de ser os nossos olhos naquele lugar.

A escolha é feita, a fumaça branca é apresentada ao mundo pela queima dos votos dos cardeais e ponto final. Nosso coração é acalentado e contemplamos a informação. Como nos colocamos neste processo não vem ao caso. Isoladas são as discussões que buscam problematizar os acontecimentos até chegar à estrutura do próprio

conclave, da igreja enfim. O discurso midiático, que não é dialógico neste caso, não nos estimula a pensar por que os votos são secretos em um mundo quase que totalmente tomado pela democracia representativa; por que não se elegem papisas²; por que nunca tivemos um papa não ocidental se o conclave, garante a mídia a cada troca, reúne cardeais de “quase todo o mundo”; por que os papas têm que seguir ditando os rumos do mundo católico até a morte; o que efetivamente levou o último papa a renunciar; por que somente os papas com menos de 80 anos votam. Por que este é um assunto que nos interessa? O que de fato acontece neste mundo recluso do conclave não entra no universo midiático.

Os nós percebidos na comunicação social são corriqueiramente trabalhados em nosso campo de conhecimento, mas há também os ruídos que impedem a dialogicidade no próprio espaço escolar, aceito como essência do espaço de aprendizagem, que ganham repercussão midiática. Um exemplo é a expulsão de jovens da escola, no interior do estado de Goiás, município de Abadiânia, por homofobia³.

-
2. Especialmente por ocasião do último conclave, nossos olhares acesaram rapidamente a discussão de gênero na igreja católica, contudo a discussão foi pontual e não ameaçou o foco no conclave em si. Isso porque no dia 12 de março de 2013, “manifestantes exigindo um papel maior para as mulheres na Igreja Católica acenderam uma chama de fumaça rosa em uma colina do Vaticano, enquanto começava um conclave só com homens que irá escolher o próximo papa. Imitando os tradicionais sinais de fumaça da Capela Sistina – branca para um novo pontífice e negra para uma votação inconclusiva –, as mulheres também usaram trajes rosa e crachás onde se lia “Ordenem Mulheres””. Fonte: <br.reuters.com/article/worldNews/idBRSP92B06C20130312>. Acesso em: 07 abr. 2013.
 3. As notícias trazem dramas pessoais, espetáculos, como observado em: “A estudante Arianne Pacheco Rodrigues, 19 anos, entrou com uma ação

Em novembro de 2010, a escola descobriu a condição das garotas, formou uma comissão disciplinar com a representação de pastores e professores, estes analisaram cartas de amor trocadas entre as duas e decidiram que elas deveriam ser expulsas imediatamente. Uma das jovens, de 19 anos, entrou com processo contra a escola por danos morais e a primeira audiência aconteceu em maio de 2012.

Este acontecimento ganhou repercussão nacional, mas foi tratado como caso isolado, de forma pontual, como se o problema fosse da escola, da cidade interiorana, das garotas que se expuseram e não uma questão que envolve cidadania e direitos humanos. Pelas notícias veiculadas assumimos um lado, que é o da estudante ou o da direção da escola, mas não nos percebemos como agentes para a construção de relações dialógicas no espaço escolar, no espaço de aprendizagem que extrapola os muros ou as cercas da escola. Não tomamos a palavra para falar de nós, do que nos afeta e afetando a nós chega até os nossos outros, nossas coletividades. Esta é uma pauta que deveria entrar na sala de aula, mas não somente na sala de aula das alunas expulsas porque este problema não é somente delas. Esta é uma pauta que deveria entrar nas escolas de todos os níveis, inclusive

na Justiça contra o Instituto Adventista Brasil Central (IABC), um colégio interno em Planalmira, distrito de Abadiânia, no interior de Goiás. Expulsa da escola, a jovem alega ter sido vítima de homofobia. O fato aconteceu em novembro de 2010. A diretoria da escola havia descoberto um romance entre duas garotas e, após reunião com a comissão disciplinar, os pastores e professores que analisaram cartas de amor trocadas entre as meninas decidiram que elas deveriam ser expulsas imediatamente. Traumatizada, a jovem entrou com um processo contra a escola logo em seguida, pedindo R\$ 50 mil de indenização por danos morais”. Fonte: <<http://g1.globo.com/goias/noticia/2012/06/aluna-expulsa-por-namorar-colega-acusa-colegio-de-homofobia-em-go.html>>. Acesso em: 07 abr. 2013.

nas escolas de comunicação, que devem encontrar canais de diálogo entre aprendizes de cidadania e direitos humanos.

Se a dialogicidade é a essência da educação como prática para a liberdade, a não existência da mesma nos processos midiáticos vistos os distancia do processo comunicacional integral, capaz de humanizar e educar para a vida, sem negar domínios técnicos e tecnológicos. Daí a concreta aproximação entre educação e comunicação na busca pela integridade da vida. Aliás, também a educação deve caminhar, de acordo com a perspectiva freireana, no sentido de emancipar para a tomada da palavra. A relação que percebe aprendizes como tábulas rasas onde devem ser depositados os conhecimentos não pode ser tratada como educação.

Esta é a razão por que não é possível o diálogo entre os que querem a *pronúncia* do mundo e os que não a querem; entre os que negam aos demais o direito de dizer a palavra e os que se acham negados deste direito. É preciso primeiro que, os que assim se encontram negados no direito primordial de dizer a palavra, reconquistem esse direito, proibindo que este assalto desumanizante continue. (FREIRE, 2005, p. 91)

Exatamente a humanização é a busca sugerida por Medina (2002) nas chamadas entrevistas de “compreensão”, que priorizam o “perfil humanizado”. Em contraponto desta orientação para a humanização, existem as entrevistas de espetacularização, que podem ser identificadas segundo o “perfil pitoresco”, que propõe uma caricatura do entrevistado; o “perfil do inusitado”, de onde se extrai sempre o exótico, o excêntrico; o “perfil da condenação”, em que o entrevistado é reduzido de forma maniqueísta entre o bem e o mal; e ainda o “perfil da ironia intelectualizada”, que condena a fonte *a priori* extraindo da mesma uma forma de condenação.

Por estes estigmas, produz-se a espetacularização dos/nos espaços midiáticos. Nossas buscas, pautadas pela dialogicidade, devem ser sempre orientadas pela humanização, capaz de desatar estes nós sem abandonar os vínculos e enlaces fundamentais à vida coletiva.

... aos laços

Busquemos então a contramão do sentido dominante imposto pelos meios de comunicação para propor a circularidade, a agências múltiplas e as reciprocidades dos processos comunicacionais ancorados pela perspectiva da humanização. Nascido de uma matriz crítica e gerador de criticidade, o diálogo é uma exigência existencial, é o que carrega de humanidade as nossas relações. Na medida em que o diálogo se aproxima da construção de narrativas sobre preocupações e buscas coletivas, conquistamos o potencial de produzir outros sentidos e organizar o caos que nos é apresentado. Importante situar aqui a discussão no nível do pensamento científico sobre a comunicação, e não no território do senso comum. Dessa forma,

O que se diz da realidade constitui outra realidade, a simbólica. Sem essa produção cultural – a narrativa –, o humano ser não se expressa, não se afirma perante a desorganização e as inviabilidades da vida. Mais do que talento de alguns, poder narrar é uma necessidade vital (MEDINA, 2003, p. 47).

De acordo com as guias de Paulo Freire, é a dialogicidade que garante solidariedade, horizontalidade e confiança entre os seres humanos, para além do domínio técnico e tecnológico dos meios. Sendo assim, é a dialogicidade que gera

a esperança. Em sua *Pedagogia do Oprimido*, Freire (2005) é categórico ao afirmar que é neste momento que se realiza a investigação do “Universo Temático”, inaugurando a partir daí a educação como prática para a liberdade. Enquanto atividade pedagógica por excelência, a ação dialógica tem início na investigação do universo temático e na busca dos conteúdos programáticos que compõem os fazeres humanos. A proposta aqui trabalhada pretende fazer uma correlação entre a dialogicidade freireana e os processos comunicacionais, considerando-se também este último como uma exigência existencial, ou seja, comunicar é humano. Com vistas a contribuir para a ação-reflexão percebida de maneira pedagógica, proponho ainda complexificar os processos comunicacionais pensados nos espaços de aprendizagem, destacando que aprendemos dentro e fora das salas de aula.

Se o pontapé inicial da ação dialógica de fato tem início no universo temático e na busca dos conteúdos pragmáticos que compõem os fazeres humanos, cabe às pessoas imbuídas no processo de aprendizagem questionamentos constantes acerca de qual seja este universo temático dos processos comunicacionais. A partir de estudos implementados por Mattelart(1999), a defesa deste universo se explicita pela invalidação da abordagem excessivamente cronológica de uma história das teorias da comunicação e o investimento perceptível está focado na circularidade das problemáticas de pesquisa. Neste sentido, percebemos uma aproximação entre este universo e o próprio universo do vivido, numa junção buscada entre o pensar-fazer que pode, definitivamente, conduzir à ação-reflexão.

Para a abordagem sobre os processos comunicacionais propomos um deslocamento, conforme sugerido por Martín-Barbero (1997), do foco de atenção. Este seria re-direcionado partindo dos estudos da comunicação, como se estas existissem para além dos seres em interação, para

o universo das mediações socioculturais. Ao referendarmos a ideia de que “frequentemente é nas regiões fronteiriças que as coisas acontecem” (HANNERZ, 1997, p. 8), não há como ignorar a força destas mediações para se pensar as epistemologias comunicacionais. Mas convém perguntarmos, o tempo todo, quais são as bordas destes limites, destas fronteiras, quais são as bordas que nos afetam. Afinal, o que está dentro e o que está fora? Uma boa analogia para pensar fronteiras, e que aproxima Antropologia e Comunicação, é a que nos foi oferecida por Barth (1969), que propõe o debate sobre o pluralismo cultural a partir da etnicidade. Para ele, a etnicidade é melhor compreendida como uma questão de organização social em que afirmar o pertencimento tanto pode significar estar dentro como quer dizer estar fora de um grupo étnico, sendo os limites sempre nitidamente demarcados. Assim é que diante da afirmação do ser, está implicitamente colocada uma série de não ser, o que conduz à instituição da diferença.

Comunicar esta diferença é o grande desafio uma vez não nos é possível afirmar ser se não em permanente diálogo com o não ser que nos corresponde. Conforme constrói Sueli Carneiro (2005), a manipulação hegemônica deste processo é o que conduz os veículos de comunicação de massa, por exemplo, a exibirem com muita frequência pessoas negras como forma de retratar a pobreza, a miséria, a delinquência, o analfabetismo, a ignorância, a indignidade humana. Com esta ação, que ousaríamos chamar de não dialógica e que Paulo Freire (2005) caracterizaria como “antidialógica”, constrói-se um não ser que em absolutamente nada contribui para modificar o ser. Se não há modificação mútua e constante, não está aí estabelecido o dialogismo, não há interação humana, não se constrói o processo comunicacional efetivamente. Este reorientar acaba por marcar o contexto de todas as pessoas envolvidas no

processo de interlocução, resgatando a figura do que chamávamos, até pouco tempo, de receptor como participante ativo dos processos comunicacionais.

Com esta perspectiva, torna-se essencial sistematizar o pensar/fazer comunicacional, complexificando também a partir das práticas dos meios de comunicação social, e ainda provocar reflexões sobre a pedagogia desta ação. Na mesma proporção em que os meios contribuem para a construção de seres hegemônicos, podem ser apreendidos como viabilizadores de construção da diferença enquanto elemento constitutivo de identidades afirmadas. O que equivale a dizer que os meios de comunicação social, se bem conduzidos, também podem contribuir para o alcance de uma vida mais digna. Aí entra o caráter vinculado à educação enquanto prática de liberdade pois, na medida em que é tratada como fenômeno humano, a dialogicidade se revela como o ato libertário de tomar a palavra. “Mas, ao encontrarmos a palavra, na análise do diálogo, como algo mais que um meio para que ele se faça, se nos impõe buscar, também, seus elementos constitutivos” (FREIRE, 2005, p.89). E não há dúvida de que buscar os elementos que nos constituem significa nos reaproximar de nós mesmos sem ignorar nossos outros.

Se a relação é horizontal, de trocas, de coconstrução, em solidariedade, as transformações positivas e afirmativas do mundo vêm na sequência, o mundo volta-se modificado. É possível fazer tal afirmação tendo em conta a perspectiva de que o diálogo, enquanto “relação horizontal de A com B” (FREIRE 2007, p. 115), produz a conscientização libertadora. Ainda seguindo os ensinamentos da pedagogia freireana, o diálogo é capaz de instalar “uma relação de simpatia” entre os interlocutores e “só aí há comunicação” (FREIRE, 2007, p. 116). Remontamos aqui o que nos ensina Medina (2002) quando estabelece, em sua discussão sobre a entrevista jornalística, que entrevistar não é simplesmente fazer uma

pergunta, aguardar a resposta e encadear na sequência outra pergunta, podendo ter inclusive um roteiro fixo de perguntas a serem feitas. A entrevista, para esta pesquisadora, consiste sim na construção de um espaço de completa interação em que todas as partes saem modificadas. Ou seja, a mudança, novamente, está implícita no ato de entrevistar e esta, por sua vez, somente se efetiva quando o diálogo torna-se possível.

Para que a dialogicidade se estabeleça, Freire (2007) traz outro eixo fundamental, que chama de politicidade. Para ele, tomar a palavra é um ato educativo e, conseqüentemente, um ato político capaz de gerar o compromisso social tão necessário para a transformação e a libertação. Tal processo é possível a partir da consciência crítica, caracterizada pela “representação das coisas e dos fatos como se dão na existência empírica” (FREIRE, 2007, p. 113). É esta consciência que impede que o ato educativo seja neutro, pois se o for passa a ser pura repetição, distancia-se da ação reflexiva, do fazer-pensar e da *práxis*. Neste sentido, não há educação neutra, da mesma forma que não há e nem pode haver comunicação neutra, antidialógica e não dialética. O pensar-fazer comunicacional, seja na prática mercadológica, nas interações cotidianas ou no processo de aprendizagem da própria comunicação social, requer uma aprendizagem conjunta, requer troca e corresponsabilidades. Para Paulo Freire (2007), não se pode educar um povo que não é livre, que está imerso na passividade, que hospeda o opressor mesmo continuando oprimido. Aqui vale reafirmar que a tomada da palavra pode conduzir à libertação. Sendo esta premissa também válida para a comunicação, que deve apostar na consciência crítica.

Pensando especificamente no processo de aprendizagem nas escolas de comunicação brasileiras, poderíamos perguntar a partir da perspectiva de Paulo Freire, como se aprende a fazer comunicação social? Por que se aprende a fazer comunicação social? Como nossos laboratórios se articulam

– ou não se articulam – neste processo? Por que nos ajustamos a matrizes curriculares que nem sempre correspondem à nossa consciência do processo comunicacional? Para Paulo Freire, os seres humanos devem posicionar-se no mundo como aprendizes, sendo que esta postura conduz a sucessivas aproximações e distanciamentos que nos constroem cotidianamente. Estar abertas para as revelações que o processo educacional traz torna as pessoas parte fundamental deste processo. Dividir responsabilidades significa não ter métodos ou matrizes prontas, mas ressignificar sempre e a partir da *práxis*.

Tal exercício nos conduz ao repensar das espacialidades, que se diferenciam quanto à inserção na divisão social do trabalho, quanto às relações étnico-raciais, educacionais e culturais. Estas novas guias exigem instrumentos e processos de aprendizagem que valorizem as diferenças e atuem na busca da equidade em todos os espaços compartilhados. Há que se considerar que o “saber local”, corriqueiramente rejeitado pelas discussões sobre o desenvolvimento, “é essencial na gestão dos recursos locais, sejam eles naturais, humanos, econômicos ou culturais” (DIAS, 2011, p. 8). Este traz suas necessidades específicas e aponta soluções localizadas, mas que conduzem a uma conquista global, pois debruçar-se sobre o “saber local” é dedicar-se “à tarefa artesanal de descobrir princípios gerais em fatos paroquiais” (GEERTZ, 1997, p. 249).

Para compreender o que é o Método Paulo Freire, lançamos mão ainda de Gadotti (1996) que reforça a necessidade de perceber o método enquanto extensão dos projetos de vida das pessoas. E o primeiro momento deste processo é a curiosidade inerente ao ser humano. Se a curiosidade já existe, pela leitura que implementamos do mundo, o que deve ser feito é motivar, seduzir e, dessa forma, a pessoa que se coloca como educadora assume para si a responsabilidade de coordenar, ajudar, testemunhar o processo. Na mesma proporção, a pessoa que se vê no lugar de educanda assume

o compromisso de se motivar para o desabrochar do seu próprio conhecimento. Nestes intercâmbios, o conhecimento se valida, se atualiza, e partimos para o terceiro momento do Método Paulo Freire, que é a reconstrução do mundo lido, o caminho da mudança, a libertação. É neste momento que há a problematização e está aqui o grande diferencial da educação bancária. De acordo com Paulo Freire (2005), se há na educação um depósito narrativo das informações para que as pessoas aprendizes memorizem de forma mecânica os conteúdos narrados, temos aí a educação bancária.

Na visão “bancária” da educação, o “saber” é uma doação dos que se julgam sábios aos que se julgam nada saber. Doação que se funda numa das manifestações instrumentais da ideologia da opressão – a absolutização da ignorância, que constitui o que chamamos de alienação da ignorância, segundo a qual esta se encontra sempre no outro. (FREIRE, 2005, p. 67)

A partir do momento em que se rompe com esta posição em que o chamado educador se mantém em posições fixas, rompe-se com a absolutização da ignorância. Por este processo, é possível acrescentar uma quarta etapa em que da condição de aprendiz, a pessoa se torna sujeito da aprendizagem. Tais sujeitos não se limitam ao entendimento de que as mídias são espaços onde se é possível vender a força de trabalho, como simples mercadoria, após o domínio técnico e os ajustes ao mercado. Busca-se, a partir daí, coconstruir as relações.

Enlaces possíveis

A consistência da percepção do dialogismo como condição de humanidade, nos reaproxima da discussão sobre a dádiva. Para Mauss (2003), há um círculo, uma prática de

intercâmbio ritual que constrói um sistema de prestações e contraprestações que obrigam e englobam a totalidade da vida. Entrar neste círculo implica, entre outras coisas, nos obriga a oferecer respostas em todas as relações de trocas que estabelecemos e, assim, contribuir ativamente para a construção do próprio círculo e sua dinamicidade. Por esta perspectiva, a constituição social dos membros de uma coletividade torna os mesmos, pessoas (MAUSS, 2003) integrais e integradas ao grupo. A busca permanente por esta integração, por este verdadeiro sistema de trocas simbólicas, nos aproxima das lógicas da reciprocidade e fortalece o próprio dialogismo. Dessa forma, os processos comunicacionais somente se tornam plenos quando o diálogo se faz possível, quando o circuito entre o “dar, receber e retribuir” se completa e modifica as pessoas envolvidas em seu movimento. A entrega aqui verificada fortalece o “encontro”, o “ato de criação” (FREIRE, 2005, p. 91) e nos liberta, nos emancipa para o processo de aprendizagem.

A abertura deste processo de aprendizagem acerca do pensar-fazer comunicacional nos reorienta a muitas indagações porque, como afirmado neste trabalho, o discurso não tem um sentido único e transversaliza universos de aprendizagem. O grande desafio, então, passa a ser adentrar por vastos labirintos carregados de possibilidades e armadilhas, vasculhar pistas que sinalizam a dialogicidade e apostar nas trocas simbólicas que reorientam as relações de poder. Neste movimento, torna-se ato de coragem, de resistência, trazer a público o que bellhooks⁴ chama de “verdades privadas”

4. ellhooks nasceu Gloria Jean Watkins, no Kentucky – EUA, em 25 de setembro de 1952. Ela escolheu este nome para homenagear sua mãe e sua avó, juntando os sobrenomes das duas. A escrita é feita com letras minúsculas, e a justificativa é dada pela própria autora: “o mais importante em meus livros é a substância e não quem sou eu”. Para

(2000) e unir as pontas que enlaçam ação e sentimento, fazeres e pensares. Acreditamos que tomar a palavra nos liberta, como defende a perspectiva dialógica. Acreditamos que a humanização torna o diálogo possível, como sustenta Cremilda Medina. Acreditamos que a arte e a prática de amar começam com a nossa capacidade de nos conhecer e afirmar, como nos fala a ativista negra.

Assim é que os problemas de sala de aula não podem estar fechados por uma matriz curricular que engessa bibliografias e enfoques, mas devem considerar as diferentes afecções que envolvem a aprendizagem. Questionamentos de estudantes diante de uma comunicação que não contempla a diferença devem ser considerados, estudados e devem desencadear ações concretas de construção de novas rotinas produtivas. Condições de trabalho de educadores devem ser consideradas e ações devem ser perseguidas no sentido de mudar a realidade da sala de aula. Todas as pessoas envolvidas no processo de aprendizagem vivenciam uma comunicação que extrapola as técnicas, as tecnologias, mas que devem ter estas como aliadas no processo de construção do diálogo. Não há receita, mas sinalizam-se caminhos, possibilidades de junções, respeitos, audições e tomadas su-

ela, as ideias são mais importantes que nomes e títulos. Na infância, estudou em escolas públicas para negros. Já na adolescência, viveu a discriminação de ser minoria numa escola integrada, onde professores e alunos eram majoritariamente brancos. Com cinco irmãs, um irmão e pertencente ao que os norte-americanos chamam de classe trabalhadora, bellhooks usou a própria vida, a vizinhança, a escola, como fontes dos seus primeiros estudos sobre raça, classe e gênero. Observadora sagaz da realidade que a cerca, bellhooks é feminista e ativista social. Já foi premiada com o The American Book Award, um dos prêmios literários de maior prestígio em seu país. Entre as influências da autora estão Martin Luther King, Malcom X e Eric Fromm, além das teorias de educação defendidas por Paulo Freire.

cessivas da palavra num movimento de coconstrução de espacialidades, vivências e comunicares.

Neste sentido, o estudo do que nos fixa, do que nos enrijece, do que nos vincula a um campo ou a uma matriz pode contribuir para a percepção de que estes nós, lidos como pontos de tensão, devem ser rompidos. Devemos perder o medo do fluido, do suave que possibilitam enlaces, mas não amalgamam as relações, não as fixa. Promover educação e comunicação considerando as espacialidades já construídas, mas também compreendendo que novas condições podem ser erigidas a cada momento, haja vista estarmos lidando cotidianamente com a diferença que nos faz crescer porque toma a palavra, emancipa-se, liberta-se. Se entregar pela palavra porque acreditamos que nossos outros também o estão fazendo e receber o mundo modificado por nossas ações. Eis o movimento proposto pela dialogicidade.

Referências

BARTH, Fredrik. **Ethnic Groups and Boundaries**. London: George Allen and Unwin, 1969.

CARNEIRO, Aparecida Sueli. **A Construção do Outro como Não-Ser como fundamento do Ser**. São Paulo: FEUSP, 2005. (Tese de doutorado).

CARNEIRO DA CUNHA, Manuela. **Antropologia do Brasil: Mito, História e Etnicidade**. São Paulo: Edusp/Brasiliense, 1986.

DIAS, Luciene de Oliveira. **Mulheres de Fibra**. Palmas: Eficaz, 2011.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**.

30. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?**. 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 46. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

GADOTTI, Moacir (org). **Paulo Freire: uma biobibliografia**. São Paulo: Cortez e IPF, Unesco, 1996.

GEERTZ, Clifford. **O Saber Local**. Tradução Vera Mello Joscelyne. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

HANNERZ, Ulf. **Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional**. *Mana*, 3(1):7-39, 1997.

HOOKS, bell. *Vivendo de Amor*. In.: WERNECK, Jurema; MENDONÇA, Maisa & WHITE, Evelyn C. **O livro da saúde das mulheres negras: nossos passos vêm de longe**. Rio de Janeiro: Pallas/Criola, 2000. p. 111-115.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 7. ed. São Paulo: Editora Ática, 2003.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mito y significado**. Madrid: Alianza Editorial, 1987.

LIMA, Venício A. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

MAUSS, Marcel. *Ensaio sobre a Dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*. In.: **Sociologia e Antropologia**. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**: narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: o diálogo possível. 4. ed. São Paulo: Ática, 2002.

MORIN, Edgar. **Para sair do século XX**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

ORLANDI, Eni. P. **A Linguagem e seu funcionamento**: as formas de discurso. 4.ed.Campinas: Pontes, 2001.

SOUSA SANTOS, Boaventura de. *A construção multicultural da igualdade e da diferença*. **Oficina do CES**. Coimbra-Portugal, n.135, jan. 1999.

SILVA, Tomaz Tadeu da. *A produção social da identidade e da diferença*. In.: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e Diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000.

5. Das mediações aos meios: as brechas invertem a lógica de mercado

WALTER DE SOUSA JUNIOR¹

Os meios de comunicação fingem que controlam e o receptor finge que é controlado. Com essa variação de um antigo ditado acadêmico², Jesús Martín-Barbero revela como se ocultam as “brechas” nesse jogo de relações que, sob as lentes de outras teorias comunicacionais foram vistas como monolíticas

-
1. Mestre e doutor pela Escola de Comunicações e Artes, pesquisador do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura, da mesma instituição, e jornalista. Autor dos livros *Moda inviolada – Uma história da música caipira* (São Paulo: Quíron, 2006) e *Mixórdia no picadeiro – O circo-teatro em São Paulo (1930-1970)* (São Paulo: Terceira Margem, 2010).
 2. “Os professores fingem que ensinam e os alunos fingem que aprendem”, citado pelo próprio autor durante entrevista dada ao programa Roda Viva, da TV Cultura, em 2003, disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=5FG21niQj0c>>, consultado em 27 de dezembro de 2012.

e impenetráveis. O velho conceito de “caixa vazia”³, atribuído ao receptor por escolas teóricas da comunicação, embora com orientações as mais díspares, seja funcionalista (Lazarsfeld e Merton) ou crítica (Escola de Frankfurt), e a ideia de que os meios de comunicação são manipuladores da opinião pública, são colocados em cheque com a mise-en-scène proposta por Martín-Barbero: haveria um mecanismo oculto que faz tais verdades desmancharem no ar.

O teórico espanhol, que desde a publicação do livro *Dos meios às mediações*, em 1987, ao analisar os mecanismos de interação entre comunicação, cultura e hegemonia, passou a perceber que nas relações de poder entre os meios e a sociedade há brechas inapreensíveis pela lógica de mercado originadas nas mediações promovidas pelos receptores em seu entorno social.

Um dos exemplos mais clássicos da brecha aberta entre os meios de comunicação e os receptores se situa em 1984, quando a Rede Globo de Televisão decidiu fechar os olhos ao movimento de reação social à ditadura militar instaurada em 31 de março de 1964, que dava sinais de desgaste político e social e suscitava ações e reações adversas tanto de um lado – a esquerda que ganhava espaço eleitoral – como de outro – a linha dura militar, que promovia atentados com a intenção de atribuí-los a uma esquerda inconsequente e terrorista. O movimento popular⁴ pelas Diretas Já, que pedia uma transição para a democracia pelo voto direto para presidente da República ganhava as ruas das principais capitais

3. O termo foi usado pela primeira vez por John Locke em 1690 para se referir à mente humana no nascimento, depois preenchida pelo conhecimento adquirido no decorrer da vida.

4. Havia uma vontade política liderada pela oposição ao sistema apoiada pela mobilização popular expressa em manifestações públicas de monta, apoiada pela ala mais liberal da imprensa, especialmente a escrita, como o jornal *Folha de S. Paulo*.

brasileiras, mas a emissora, alinhada aos militares desde a sua inauguração em 1966, decidiu afastar o fato de seus noticiários, em especial do hegemônico *Jornal Nacional*⁵. Ocultar a notícia não foi o suficiente para que ela deixasse de ser cada vez mais notícia. O movimento popular se consolidou massivo apesar da falta de cobertura jornalística televisiva, e os programas da Rede Globo acabaram cedendo à expressão do fato. Abriu-se uma “brecha”, como pontua Martín-Barbero. Ou seja, a mediação social deu origem a um contrafluxo da mensagem inicial – ou a falta dela – de modo a afetar os meios de comunicação de massa.

Para compreender como a Teoria das brechas irrompeu em meio à teoria crítica, especialmente no Brasil, é necessário primeiro analisar o conceito de indústria cultural, a ânsia dos intelectuais por buscar uma saída ante a hegemonia dos meios de comunicação de massa, compreender os estudos de recepção para, enfim, buscar entender de que forma a tecnologia digital irá tornar o tecido comunicacional poroso como nunca foi.

Indústria cultural: caixa monolítica?

Durante os anos de ditadura grande parte dos teóricos de comunicação se apoiou na teoria crítica, de matriz marxista, que vê os meios de comunicação de massa como forças manipuladoras de sujeitos alienados em seu isolamento social – isolamento esse imposto pela modernidade que, por sua vez, mercantilizou as relações humanas. A origem

5. Na época o noticiário era o segundo do mundo com maior número de espectadores, perdendo somente para o norte-americano CBS News. In SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além do Jardim Botânico – Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus Editorial, 1985, p. 40.

desse processo, segundo Adorno e Horkheimer, se dá quando “os homens são entregues a si mesmos, mas se tornam estranhos a si mesmos, ‘alienados’, perdendo suas raízes e suas comunidades de pertencimento”⁶

O exemplo cabal usado pelos dois teóricos foi a ascensão nazista a partir do uso do rádio e do cinema. Por meio deles impuseram-se modelos de “entorpecimento da razão” a partir da troca da cultura pelo domínio da técnica. Escreve a dupla em *Dialética do Iluminismo*: “A fuga para fora do cotidiano que o conjunto da indústria cultural se compromete a administrar em todas as suas ramificações e é manipulado como o rapto da moça nas revistas satíricas americanas: é o próprio pai, na sombra, que segura a escada. O paraíso que a indústria cultural oferece é, ainda uma vez, o mesmo cotidiano”⁷.

Denunciar esse elaborado mecanismo de entorpecimento e dominação foi parte do esforço de teóricos e pesquisadores brasileiros que, sob a ditadura militar reconheciam as formas de controle do discurso dos meios de comunicação, fosse pela coerção – e a censura se demonstrava historicamente um bom equipamento para isso – fosse pelo uso tutelado da televisão, por exemplo, pois foi durante o período militar que o governo adquiriu tecnologia para viabilizar uma rede nacional de telecomunicações e contou com aliados de peso no uso dessa estrutura, como foi o caso da Rede Globo.

[...] a origem desse conceito, Indústria Cultural, é, de um lado, o nazismo, claramente explicitado em uma frase de Adorno e Horkheimer que me impressionou muito: “O rádio é a voz do Führer”;

6. MAIGRET, Éric. *Sociologia da comunicação e das mídias*. São Paulo: Editora SENAC, 2010, p. 97.

7. Citado por WIGGERSHAUS, Rolf. *A escola de Frankfurt – História, desenvolvimento teórico, significação política*. Rio de Janeiro: DIFEL, 2002, p. 367.

e, de outro, a sociedade de massa americana e sua cultura. Trata-se de uma sociedade que eles aprenderam a conhecer a partir de 1933 e que nunca deixou de representar o desprezo que intelectuais europeus exilados tinham pelos Estados Unidos, que se traduzia no horror pela cultura de uma sociedade que, de certa forma, trazia uma série de elementos completamente desconhecidos na Alemanha no mesmo período.

Então, se formos ler também o que esses dois autores escrevem sobre a sociedade americana, perceberemos o clima de real desencanto, de desespero e de falta de esperança. O livro *Dialética do Iluminismo* anunciava a decadência cultural do Ocidente, depois do surgimento dos meios de comunicação de massa. Tal decadência foi estabelecida em função de um paraíso imaginário da cultura do século XIX.⁸

Anamaria Fadul sinaliza, assim, que a visão apocalíptica da Escola de Frankfurt, agravada pelo horror da Segunda Guerra Mundial, era de fato construída a partir do ocaso de um imaginário hegemônico, do século XIX, e que entrava em crise a partir dos meios de comunicação de massa. Ao mesmo tempo em que apontam para o processo de entorpecimento que enclausura o receptor ao cotidiano, Adorno e Horkheimer inovam metodologicamente ao situarem nesse cotidiano o campo de pesquisa daquele que quer entender o processo de dominação. Mas não há saídas no mapa da indústria cultural. Assim, a teoria crítica se restringiu ao denunciamento, empunhada por intelectuais que, ao defenderem a democratização política, viam os meios de comunicação como meros instrumentos de manipulação,

8. FADUL, Anamaria. *Indústria cultural e comunicação de massa*. Série Idéias n. 17. São Paulo: FDE, 1994. p. 53- 59.

quando não de dismanteladores da cultura culta e popular.

A professora se viu ante esse dilema quando questionada por seus alunos da Escola de Comunicações e Artes no final dos anos 1960:

Foi um pouco difícil me posicionar nesse universo, respondendo às inquietações dos alunos. Nunca vou me esquecer do questionamento de um aluno, após uma aula sobre o pensamento da Escola de Frankfurt. Ele queria saber “o que fazer com isso”, ou seja, o que fazer com a questão da manipulação dos meios de comunicação de massa, pois era justamente o seu espaço de trabalho. [...] Depois dessa pergunta nunca mais fui a mesma professora. Acho que o meu doutorado significou a busca da resposta à pergunta daquele aluno. [...] Terminei o meu doutorado achando que havia brechas e possibilidades de trabalhar na indústria cultural.⁹

Essas brechas foram inicialmente detectadas na análise da própria estrutura da indústria cultural: no seu interior havia espaço para as contradições sociais. “Ali ocorre uma luta de classes que reflete e influencia a da sociedade como um todo”, aponta Carlos Eduardo Lins e Silva.¹⁰ O pesquisador, aliás, vai se dedicar à pesquisa de recepção para identificar as brechas na leitura feita por trabalhadores receptores do *Jornal Nacional*, então nos estertores da ditadura militar.

9. FADUL, Anamaria; MELO, José Marques de; RIOS, Jacqueline. *Diálogos Midiológicos*: O campo acadêmico da comunicação: identidade e fronteiras. *Revista Intercom*, Vol. XXI, no. 1, jan-jun 1998, p. 127. Disponível em <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/961/864>>. Acesso em 25 de março de 2013.

10. SILVA. Carlos Eduardo Lins da. *Op. cit.*, p. 21.

Antes, porém de avançar sobre suas pesquisas, retomando Anamaria Fadul, na ressalva que faz da Teoria crítica:

[...] Adorno, três meses antes de morrer, em 1968, fez uma conferência numa rádio alemã, que se chamou “Tempo Livre”, dizendo que, quando ele e Horkheimer criaram este conceito de Indústria Cultural, cometeram alguns equívocos. Este conceito não servia mais para designar a nova realidade. Por que essa afirmação? Porque ele havia feito uma pesquisa sobre a televisão alemã, examinando como o público via o casamento da Princesa Beatriz da Holanda com o Sr. Klaus, um diplomata alemão. A conclusão a que ele chegara foi de que os alemães não deram a menor atenção ao casamento. Tratava-se de uma coisa banal que não despertara nenhum interesse, apesar da grande cobertura da televisão alemã. Adorno encerrou a conferência, afirmando: “A televisão ainda não se apropriou da consciência dos alemães, existe ainda um espaço de liberdade, existe um espaço que nós podemos trabalhar”.¹¹

Os estudos de recepção e as brechas brasileiras

O período de redemocratização suscitou não só uma revisão teórica das matrizes empregadas na pesquisa em comunicação no Brasil como suscitou abordagens até então inteiramente novas. Sob a orientação do Prof. Dr. José Marques de Melo, o pesquisador Carlos Eduardo Lins e Silva desenvolveu pesquisa de doutoramento em 1984 sobre a recepção do Jornal Nacional, da Rede Globo, por trabalhadores de Paicará (Guarujá-SP) e Lagoa Seca (Natal-RN).

11. FADUL, Anamaria. Op. Cit..

Estudos de recepção foram levados a cabo desde a escola funcionalista da Sociologia norte-americana, especialmente para avaliar o tamanho da audiência. “[...] não se levam em consideração as diferenças de recepção entre espectadores, ignora-se o fator atenção durante a audiência, confia-se completamente em relatos dos entrevistados a respeito de seu comportamento e atitudes sem nenhum tipo de controle sobre as informações por eles prestadas [...] .”¹² Sua proposta metodológica foi levar tudo isso em conta, com base no que Michele Mattelart e Mabel Piccini haviam feito no Chile (*La televisión y los sectores populares*, 1978), e em Michel Thiollent, todos pesquisadores que rompiam com o pensamento frankfurtiano.

A partir daí identificou fontes desenvolvedoras do senso crítico dos receptores pesquisados, entre elas a Igreja católica, os partidos políticos, o movimento sindical, o movimento feminista, outros meios de comunicação e as relações interpessoais. Silva apontou ainda que o conhecimento pessoal dos trabalhadores interferia na sua forma de consumir o noticiário que se tornou o canal oficial do governo militar nos anos de ditadura. E mais, partiu da hipótese, confirmada, de que quanto mais os trabalhadores conheciam e tinham acesso aos meios de comunicação, mais eles se tornavam críticos ao meio. A pesquisa revelou, assim, a estrutura social em que eram possíveis surgir as brechas. “Assistir ao Jornal Nacional, informar-se por seu intermédio, por vezes concordar com ele, gostar de determinadas notícias, nada disso significa que necessariamente a pessoa se deixou convencer por ele, sucumbiu a seus poderes persuasivos, deixou-se

12. SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Op. Cit., p. 45.

corromper, traiu a classe ou alienou-se.”¹³

O mesmo Silva, em 1986, em livro organizado por ele e por Regina Festa¹⁴, assina o artigo “As brechas da indústria cultural brasileira” em que inverte o processo metodológico para mostrar que a própria indústria cultural não era um “todo monolítico e impenetrável”.¹⁵ Defende, assim, a existência de certa autonomia na produção cultural televisiva:

Por certo, a cultura industrializada revela limpidamente a hegemonia que um conjunto de classes ou frações de classe sociais detêm sobre o conjunto da sociedade. Mas ela também deixa transparecer a correlação de forças existentes no seio da formação social em que está inserida e também a correlação de forças que existe no interior do próprio meio de produção cultural. Ou seja: o conteúdo dos meios de comunicação muda na medida que muda o panorama da luta de classes na sociedade e no seu próprio interior.¹⁶

Passa, daí, a apontar as brechas no jornalismo e na indústria de entretenimento. Apesar da maior parte das grandes empresas jornalísticas ter apoiado o Golpe de 1964, todos os veículos foram submetidos à censura prévia a partir do AI-5, em 1968, prática que perdurou nas redações após a saída do aparato censório, conduzida pelos comandos das empresas. Além disso, o controle de verbas publicitárias de empresas

13. Idem, p. 141.

14. SILVA, Carlos Eduardo Lins da e FESTA, Regina. (orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*, São Paulo: Paulinas, 1986, pp. 31 a 52.

15. Idem, p. 31.

16. Idem, *ibidem*.

estatais pelos governos se tornou um eficiente mecanismo de controle da produção jornalística. Por outro lado, as grandes corporações jornalísticas cresceram e passaram a deter grandes fatias de audiência/leitores, de modo que as televisões regionais haviam adquirido, na altura da pesquisa, uma maior autonomia em termos de temas e pautas jornalísticas.

Da mesma forma, a televisão acabou centralizando a produção cultural brasileira. Aliás, foi o veículo que consolidou ideologicamente o regime militar, veiculando campanhas e ampliando sua abrangência nacional. A produção de telenovelas pôde contar, mesmo sob a ditadura, com intelectuais reconhecidamente contrários ao regime militar, produzindo programas com temas que refletiam sobre os problemas sociais do país. Novelas como *O Bem Amado* e *Roque Santeiro*, de Dias Gomes; e minisséries como *Anarquistas*, *Graças a Deus*, baseada no livro de Zélia Gattai, e *Morte e Vida Severina*, baseada no poema de João Cabral de Melo Neto, marcaram o período de transição para a democracia. No entanto, o monopólio da Rede Globo sobressai nessa produção. Da mesma forma, a produção cinematográfica, dependente até a década de 1980 do incentivo estatal por meio da Embrafilme, pôde contar com os filmes *Lúcio Flávio, o Passageiro da Agonia*, de Hector Babenco, e *Eles Não Usam Black-Tie*, de Leon Hirzman, baseado na peça de Gianfrancesco Guarnieri. Ambos discutiam temas como o Esquadrão da Morte e o cotidiano da classe operária, temas vigiados durante a ditadura.

Já na produção fonográfica, menos atrelada a mecanismos governamentais, a indústria multinacional acabou dando o tom das gravações, o que não impediu que despontasse toda uma geração de artistas, cantores, compositores e grupos musicais caracterizados pela militância política contrária ao governo militar.

Silva conclui seu artigo apontando que essas contradi-

ções permitem a abertura de brechas que, apesar de evidenciarem discursos contrários à lógica de mercado da indústria cultural, não puderam ser coibidas pelo poder hegemônico governamental. Mas sua visão em relação a essas brechas se mantém crítica:

[A contradição das brechas] merece estudos mais aprofundados, principalmente em termos da recepção do público a estas mensagens que passam pelas 'brechas' da indústria cultural, para que se possa entender melhor até que ponto vale a pena, em termos de intenções de se obter mudanças sociais, investir nestas 'brechas' ou se não seria mais proveitoso abandoná-las e partir para os esquemas marginais, como preferem muitos intelectuais engajados que condenam politicamente os que encontram abrigo na indústria cultural.¹⁷

Permanece, na reflexão final, o fio da navalha: ou abandona-se a abordagem frankfurtiana para buscar compreender a complexidade dos meios de comunicação, ou retorna-se a ela. Felizmente, as brechas se revelaram insistentes à constante complexificação da vida social e política do país, assim como à nova realidade emergente na virada do século XXI, que envolveu processos inéditos como a globalização econômica e cultural e a revolução das redes de informação.

O fim do pensamento único

A discussão envolvendo as contradições internas dos discursos dos meios de comunicação de massa avançou o novo século com a consolidação dos grandes conglomerados

17. Idem, p. 52.

mediáticos que, à maneira das empresas transnacionais que desenharam a nova realidade de globalização, estenderam seus braços por vastos territórios, criando mecanismos de monopólio da informação. Aferrados à lógica do mercado que os mantêm como empresas capitalistas, os veículos midiáticos passaram a oferecer uma realidade editada a partir de seus interesses políticos e sociais, independentemente de governos, seguindo a matriz ideológica do neoliberalismo que comandou a expansão globalizante do capital.

Entretanto, enquanto consolidava seus meios e discursos, as empresas midiáticas foram surpreendidas pela emergência da rede mundial de computadores e de suas interfaces de informação e de comunicação. A partir de uma lógica permeada pela interatividade e pelo discurso multidirecional, com uma disseminação rizomática e instantânea, logo foi entendida por diversos jornalistas e profissionais da comunicação como o veículo do novo século, capaz de oferecer espaços para a fissuração de novas brechas.

Ao criar novos espaços democráticos, a Internet tem tornado a metáfora das brechas ultrapassada ao permitir a insurgência de um tecido poroso pelo qual visões múltiplas contestam a verdade editada pelo rádio, pela televisão e pelos veículos impressos. Por conta desse fenômeno, a Internet se transfigura em espaço público que, além de contestar as versões hegemônicas da mídia, se arrisca a desenhar uma outra agenda para discutir aspectos que envolvem a própria leitura crítica dos meios e a consulta a outras fontes, parte delas “esquecidas” desde a elaboração das pautas das redações até a descontinuidade de temas considerados impertinentes pelas mesma grande mídia. Alerta Martín-Barbero: “Para você saber o que realmente está acontecendo em um país deve pesquisar em seus blogs. E lá você verá pessoas com perfis diferentes discutindo em igualdade. Estudantes de ensino médio argumentando com professores universitários. Hoje, o

maior intercâmbio de conhecimento está nas diversas formas de discussão que há na internet”.¹⁸

Embora a mídia tradicional mantenha atuação na grande rede a partir de seus produtos midiáticos, ela não tem conseguido manter sua hegemonia a custo da velha lógica de mercado, pois é contestada imediatamente por interlocutores que, se avançam além da mera opinião crítica, revelam outras fontes e outros aspectos deixados de fora da sua versão editada. Quando não é contestada por suas próprias fontes.

A companhia estatal de petróleo Petrobrás, por exemplo, passou a usar seu blog Fatos e dados durante o governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva para publicar as questões encaminhadas pelos meios de comunicação para que o leitor pudesse cotejar aquilo que foi informado com aquilo que foi publicado.

Por sua vez, diversos blogueiros, na sua maior parte de jornalistas egressos da mídia tradicional, passaram a questionar os governos e a própria imprensa escrita, falada e televisada de posse de informações conseguidas na própria rede, comparando dados e ouvindo outras versões do mesmo fato reportado.

Um exemplo foi a publicação do livro *A Privatária Tucana*, do jornalista Amaury Ribeiro Jr., que denunciava, com a reprodução de diversos documentos comprobatórios, de práticas de enriquecimento de políticos durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, especialmente no decorrer dos diversos leilões de privatização. Em vez de questionar as provas ou apresentar novas versões, a mídia tradicional manteve prolongado silêncio sobre o livro, que encabeçava

18. Entrevista dada à assessoria de comunicação da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), de Foz do Iguaçu-PR em 22 de março de 2011. Disponível em: <<http://www.megafone.inf.br/noticias/2468-qa-internet-e-uma-brecha-contr-a-concentra-cao-da-midiaq-jesus-martin-barbero.html>>. Acesso em 1/04/2013.

a lista dos mais vendidos dos mesmos veículos de comunicação. Os blogs, por sua vez, denunciaram o silêncio e os interesses por trás dele: entre eles o de resguardar o candidato da oposição ao governo Lula, citado no livro.

Nesses e em outros sentidos, a Internet tem revelado vasta porosidade para combater a concentração e a uniformização dos conteúdos por parte da indústria da mídia. Com equipamentos cada vez mais baratos e ferramentas simples, o público produz seu próprio conteúdo e coloca, na rede, sua própria maneira de ver o mundo.

“O que estamos vivendo é a possibilidade de colocar em prática a criação, a criatividade, a imaginação social e a experimentação. É apaixonante ver como as pessoas usam dos vídeos na internet para mostrar e discutir sua vida cotidiana”.¹⁹

Outra característica dessa participação é a criação de programas e discussões mais próximas de comunidades locais e regionais, num processo em que a rede se torna um espaço de discussão pública de temas que jamais alcançariam as pautas das redações da grande imprensa. Nesse sentido, a brecha toma a proporção do próprio meio. Invertendo a lógica do mercado, as mediações passam a construir o próprio meio.

Referências

FADUL, Anamaria. Indústria cultural e comunicação de massa. Série Ideias n. 17. São Paulo: FDE, 1994. p. 53- 59.

FADUL, Anamaria; MELO, José Marques de; RIOS, Jacqueline. Diálogos Midiológicos: O campo acadêmico da comunicação: identidade e fronteiras. Revista Intercom, Vol.

19. Idem.

XXI, no. 1, jan-jun 1998, p. 127. Disponível em <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/961/864>>. Acesso em 25 de março de 2013.

MAIGRET, Éric. Sociologia da comunicação e das mídias. São Paulo: Editora SENAC, 2010, p. 97.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Entrevista dada à assessoria de comunicação da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), de Foz do Iguaçu-PR em 22 de março de 2011. Disponível em:<<http://www.megafone.inf.br/noticias/2468-qa-internet-e-uma-brecha-contraa-concentracao-da-midiaq-jesus-martin-barbero.html>>. Acesso em 1/04/2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Entrevista dada ao Programa Roda Viva, da TV Cultura, em 2003, disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=5FG21niQj0c>>, consultado em 27 de dezembro de 2012.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além do Jardim Botânico – Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus Editorial, 1985, p. 40.

WIGGERSHAUS, Rolf. A escola de Frankfurt – História, desenvolvimento teórico, significação política. Rio de Janeiro: DIFEL, 2002, p. 367.

6.

Conceitos básicos da Folkcomunicação

MARIA CRISTINA GOBBI¹

Introdução

Nossa cultura é resultado de um Brasil de fusões e de intercâmbios de culturas antigas, como as indígenas, as

-
1. Pesquisadora, pós-doutora pelo Programa de Integração da América Latina (Prolam) da Universidade de São Paulo (USP); docente do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP); docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação; atual vice-coordenadora e professora do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital também na UNESP; coordenadora do Grupo de Pesquisa “Pensamento Comunicacional Latino-Americano” do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); diretora administrativa da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom). *E-mail*: mcgobbi@terra.com.br.

africanas, as migrantes (japonesa, italiana, alemã, etc) e da própria imigração de norte a sul, de leste a oeste desse país de dimensões continentais. Isso permite a construção de espaços de produção cultural que extrapolam o simples olhar de uma manifestação, festa ou acontecimento folclórico. O entendimento da cultura nacional invade as concepções locais, demonstrando composições globais, gerando uma aura específica, mas não exclusivista representada pelas singularidades culturais de cada povo e de suas construções sociais. Mas, por outro lado, evidenciam sentidos amplos, participativos e interativos nos múltiplos cenários globalizados.

A complexidade de ritmos, de formas, de cores, de cheiros, de sabores, de sons, de valores e de manifestações da cultura nacional configura o patrimônio de uma sociedade, que recheado de importância peculiar garante a preservação do passado e permite a construção do futuro. Esse enriquecimento de signos e de significações apropriado, muitas vezes, pelos meios de comunicação de massa, traduz uma história específica, um ritmo próprio, com peculiaridades mostradas nos tempos históricos e subjetivos, mas que são manifestadas para a contemporaneidade através de múltiplos formatos, que ultrapassam o olhar superficial e encontram o compasso oportuno na simplicidade da vida cotidiana.

Os processos de globalização, pelos quais o mundo atravessa, consolidam a priorização do regional em uma constante busca de mecanismos que transcendem as questões locais, nacionais e/ou globais. Mas evidenciam uma procura, nem sempre perceptível para os menos atentos, de ações que configuram costumes, credos, valores e outras formas de definir a participação social, muitas vezes presentes em manifestações culturais, repercutindo de forma intensa nas camadas mais populares.

São as formas culturais de um orbe específico e singular, mas não individual e que são incorporadas ao universo

simbólico das comunidades periféricas, formando um mosaico de revelações singulares, mas não únicas, que rompe o isolamento social que comunidades inteiras são submetidas por conta da chamada globalização por um lado, e da marginalização, por outro.

Neste cenário plural as manifestações locais - que permeiam as diferenças regionais - eclodem com implicações sociais, econômicas, políticas e culturais, surgindo manifestações de cultura regional como um produto derivado das diferenças histórico-geográficas-culturais.

Por outro, a busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir espaços mais ou menos homogêneos, têm elevado as possibilidades do desenvolvimento de ações conjuntas e complementares, não somente nas áreas econômica e política, mas cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio desta transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras nacionais e visualizar um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional. O resultado dessa mescla de acepções culturais retrata o Brasil da fé (são muitas e variadas) e dos milagres, das crenças e das esperanças, onde as singularidades locais e regionais se evidenciam através de manifestações populares, que são apropriadas pelos mais diversos locais e setores, como: econômico, político, cultural e social.

Se, por um lado, a rapidez da sociedade da informação possibilita a criação cotidiana de “um mundo novo” de informações, com ofertas cada vez mais velozes de conhecimentos exige, por outro, que toda essa gama de dados que circulam pelas “infovias” comunicacionais faça parte do cotidiano das pessoas quase que em tempo real. Esse ultimato se insere no mundo do trabalho, do lazer, da economia, da política, da cultura em uma aparente cobrança da inserção do indivíduo nesse contexto.

A relação entre local e global está cada vez mais “evidente”. Os conceitos de nação, nacionalismo, espaço, lugar, fronteira, identidade, entre outros, influenciaram a construção de novos modos de pensar a experiência comunicacional, especialmente aquelas advindas das múltiplas manifestações culturais da população.

Assim, torna-se necessário organizar estratégias entre o velho e o novo, com papéis diversificados que se complementam dinamicamente sem, contudo, perder a “personalidade” de cada um desses eventos que formam a originalidade cultural do povo.

As múltiplas manifestações da cultura popular se constituem como um canal privilegiado para atenuar diferenças e conflitos de interesses, permitindo que se possa verificar que de forma geral estamos vinculados a uma ordem quase corriqueira de ideias, a um propósito comum de bem estar.

As mudanças ocorridas nos cenários globalizados e aquelas significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo permitem entender que a relação entre cultura, sociedade, política, economia forma um conjunto de trocas, onde todos os atores participam, encenando seus cotidianos em espaços diversificados. Quer como produtores ou como consumidores, estes protagonistas utilizam os mais variados meios e processos de comunicação, sem necessariamente passar pelos meios de massa. Na verdade eles definem formas, formatos tipos próprios de comunicar a cultura, que conjuntamente com múltiplas composições sociais permitem à manifestação e a expressão de ideias, realizando um intercâmbio privilegiado, cujas significações dão identidade a vida cotidiana.

Várias são as facetas da cultura popular e as formas de manifestações presentes na vida cotidiana. Quer por contornos festivos, pela manutenção das tradições, pelas brincadeiras de criança, pela música, pelo canto, pelos símbolos,

pelo cordel, pelas histórias contadas de geração para geração, pelos mitos e lendas ou aquelas devocionais, permeadas por manifestações de fé e de devoção, entre muitas outras. Isso tudo evidencia a maneira como a Folkcomunicação ajuda no entendimento dos vários cenários, dos múltiplos atores participantes da ação comunicativa, dos diversos formatos de comunicar e de suas interações com a cultura, oferecendo significados peculiares para a tradição popular.

São histórias de um povo, expressas no pagamento de promessas, nas festas religiosas, nos amuletos, nas lendas, na reza, no ritmo, nas cantigas de roda, nas fantasias etc., que retrata uma parte significativa da cultura popular e de suas múltiplas formas de manifestações. Ao mesmo tempo, quando utiliza os canais de comunicação, especialmente os jornalísticos e publicitários, permite conhecer e reconhecer os tons de um país, deixando claro não somente as festas e comemorações, mas as dificuldades e as agruras da falta de estrutura social da cidade, do mesmo modo em que demonstra a simplicidade de um povo que sobrevive amparado na força da cultura.

As ações comunicativas, sejam mediadas ou não pelos meios de massa, têm mostrado que na realidade brasileira os “comunicadores folclóricos” expõem os valores tradicionais das pequenas comunidades, evidenciando peculiaridades e significações muitas vezes só percebidas pelos olhos atentos de quem tem a bravura de enxergar nas tradições populares as singulares de sua própria história.

Traçado esse panorama de possibilidades, vamos tratar em linhas gerais do que pode ser entendido como folkcomunicação, preservando sempre a ideia do Mestre Beltrão, mas incorporando as “inovações” das tecnologias tão presentes nesse período contemporâneo.

Conceitos de Comunicação: nuances da Folkcomunicação

Os estudos sobre a folkcomunicação foram um dos principais legados de Luiz Beltrão em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo quanto à comunicação coletiva e a seus múltiplos desdobramentos. A atualidade da pesquisa desse pioneiro tem despertado o interesse de diversos grupos, não só no Brasil, mas também na América Latina e em países europeus.

A comunicação e suas múltiplas formas e possibilidades têm desafiado pesquisadores das mais variadas frentes para o seu entendimento, mas como bem já afirmava Beltrão, em 2004,

Comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea - sociedade composta de uma imensa variedade de grupos, que vivem separados uns dos outros pela heterogeneidade de cultura, diferença de origens étnicas e pela própria distância social e espacial. Os grupos constitutivos da sociedade ora estão organizados com uma missão específica a cumprir e interesses definidos a salvaguardar, como é o caso do Estado, da Igreja, do Sindicato ou da Empresa; ora são informais, ligados apenas espiritualmente por certas ideias filosóficas, interesses gerais e experiências comuns à espécie humana - como a Nação, os crentes, os trabalhadores, os consumidores. Há, entretanto, na sociedade contemporânea, não obstante as características próprias e os conflitos de interesses imediatos de cada grupo, uma unidade mental, decorrente da própria natureza humana dos seus componentes e de um universalconsenso. Os grupos acham-se, assim, vinculados a uma ordem semelhante de ideias e a um propósito comum: - adquirir sabedoria e experiência para sobreviver e aperfeiçoar a espécie e a sociedade. Sabedoria e experiência, sobrevivência e aperfeiçoamento que só

se conseguem mediante a comunicação, – o processo mínimo, verbal e gráfico pelo qual os seres humanos intercambiam sentimentos, informação e ideias. (BELTRÃO, 2004, p. 53).

Mas as diversidades de meios, personagens e de diálogos que formam a sociedade atual são, entretanto, amplos. Isso faz com que seja necessário determinar alternativas de ampliação do processo comunicativo, afinal todos queremos trocar informações, “ver o outro”, aprender, ensinar, influenciar. Porém, como afirma Luiz Beltrão (2004)

[...] isso faz com que aquele diálogo cara-a-cara, direto, pessoal seja limitado. Para a sociedade de massa, exige-se a comunicação maciça, coletiva, que, utilizando diferentes instrumentos e técnicas, fornece mensagens de acordo com a identidade de valores dos grupos e, dando curso a diferentes pontos de vista, fomenta os interesses comuns, ora desintegrando ora criando solidariedades sociais.

A comunicação coletiva não se faz entre um indivíduo e outro como tal, mas em forma colegiada: o comunicador é uma instituição ou uma pessoa institucionalizada, que transmite a sua mensagem, não para alguém em particular, mas para quantos lhe desejam prestar atenção.

Embora estabelecida através de uma distância de tempo, espaço ou espaço-tempo, entre as partes e, aparentemente, unilateral, desde que, em regra, é feita através de um meio técnico construído de tal forma que somente o comunicador “fala”, constitui um diálogo, tanto como a comunicação pessoal.

Na comunicação coletiva, porém, o órgão comunicador só exerce uma espécie de atividade – a comunicativa. Não há, portanto, interrupções do circuito ou perda de contato entre os dois elementos – o agente e o paciente do processo. Assim, embora a comunicação coletiva seja, tecnicamente, unilateral, os receptores na verdade alimentam o diálogo, utilizando outros meios mecânicos para manifestar a sua reação, que não se reclama seja necessariamente em palavras. Porque a resposta à mensagem, na comunicação coletiva, não é discussão, mas ação.

Simultaneamente com a caracterização da sociedade de massa e o estabelecimento do império dos símbolos, que marcam o auge da competição individual e coletiva, mas reclamam como nunca certo tipo de consenso na ação social, verificou-se a revolução tecnológica na comunicação. Iniciada com a publicação de impressos e a instituição dos correios, foi acelerada neste século² com o cinema, o rádio e a televisão. (BELTRÃO, 2004, p. 54-56)

No século XXI está ocorrendo uma significativa ampliação dos canais de comunicação. Especialmente a partir do advento das tecnologias digitais passou-se a exigir melhor compreensão dos efeitos causados nos processos comunicativos, mediados por esse meio. Assim, faz-se necessário buscar outras e novas escolhas nos “[...] meios, canais, métodos e técnicas para tornar eficientes e produtivas as comunicações” (BELTRÃO, 2004, p. 56). Na esteira das possibilidades ocorre a explosão do ciberespaço onde estão sendo criados negócios, profissões e outras atividades, estimulando novas áreas do conhecimento e acelerando a

2. O professor Luiz Beltrão refere-se aí ao século XX.

busca por informações, conhecimentos e outras formas de expressão cultural.

Com a Internet há uma vasta ampliação dos canais de comunicação. Os “fios” – da grande rede mundial – não têm fronteiras. Ultrapassam todos os limites, sem restrição de cultura, de língua, de posições políticas e de padrões de vida. Não separa por sexo, cor, raça ou religião. Não existe barreira capaz de parar esta trama. Faz parte da vida cotidiana de muitos. E essa aparente igualdade, possibilitada pelo meio, encontra nos comunicadores e nos demais atores produtivos a chance de exercer essa semelhança, não no sentido de produções iguais, mas na oportunidade para todos, independentemente do *status* social, crença, origem, credo, raça, cor, religião ou qualquer outra opção de valores que possa nos distinguir.

Também não podemos perder de perspectiva que uma parte importante do conhecimento e da própria evolução dos processos de comunicação são resultados de produtos que circularam através dos meios massivos, vinculados ou não diretamente a criações da cultura popular urbana, somados ao desenvolvimento da indústria cultural. Por outro lado, não é possível deixar de considerar as circunstâncias desse desenvolvimento, muitas vezes, fruto de uma realidade cruzada por múltiplos fenômenos, tradições e requerimentos culturais, calcados em uma variedade de modelos e de paradigmas teórico-metodológicos que buscam compreender e explicar a vida cotidiana.

Entretanto, como afirma Beltrão (2004, p. 55), somente dados estatísticos sobre a multiplicidade de meios e de canais de comunicação são “[...] insuficientes para apurar os efeitos das mensagens e reaproveitar a reação dos receptores para novas e atualizadas comunicações”. Faz-se necessário conhecer o comportamento coletivo definido por Beltrão como forma essencial para realizar a comunicação efetiva. Assim, deve-se considerar no processo:

1. a personalidade dos grupos organizados aos quais se dirige e de que presume conhecer a maneira de ser e agir como unidade de liderança da comunidade;

2. a situação socioeconômica e cultural da comunidade como um todo, tendo em conta fatores étnicos, condições ecológicas, índice de desenvolvimento, nível educacional, princípios filosóficos motrizes;

3. as diretrizes políticas e a influência das elites dirigentes sobre o todo, considerando o papel relevante das lideranças políticas e os reflexos do seu pensamento e da sua atividade na consciência e na ação coletiva;

4. o quadro psicológico da atualidade universal, pois a nossa comunidade não vive isolada mas é parte do mundo físico e da humanidade inteira, nela repercutindo e alterando as reações tudo quanto afeta o globo terrestre (a natureza) e a sociedade internacional (a espécie humana).

O balanço dos efeitos da comunicação assim realizado permite ao órgão comunicador coletivo escolher o conteúdo e até mesmo alterar a forma das suas novas mensagens. Esse trabalho de interação é o único realmente vital na comunicação coletiva. Sem ele, a mensagem estará irremediavelmente condenada: o órgão comunicador perde a sua energia e dinamismo, aliena-se, silencia. Como na comunicação coletiva não se permite interrupção do circuito ou perda de contacto com a comunidade, o comunicador alienado está extinto, chegou ao fim. (BELTRÃO , 2004, p. 56)

Os grupos organizados da sociedade, afirma Beltrão (2004), precisam conhecer:

[...] os elementos, instrumentos, processo, técnicas e efeitos da comunicação coletiva notadamente quando tais grupos atuam numa área territorial de larga extensão e de diferentes estágios de desenvolvimento econômico e cultural.

Quando para cada parcela da comunidade se faz preciso usar uma linguagem especial, adotar um meio adequado, empregar uma técnica distinta, sem o que o diálogo é difícil, senão impossível. Os grupos organizados não entrarão em comunhão com as diversas outras camadas da sociedade, ficando assim privadas da plena obtenção dos seus fins, do cumprimento satisfatório da sua missão, e, por conseguinte, com os seus interesses definidos ameaçados.

Os observadores estudiosos da realidade e da atualidade brasileira têm assinalado, com sinal marcante da situação nacional, a oposição entre Estado e Nação, entre elites dirigentes e a massa urbana e rural, entre os receptores frequentes das mensagens jornalísticas pelos veículos convencionais e os públicos cegos e surdos a tais veículos e aparentemente mudos e inoperantes. (BELTRÃO, 2004, p. 59)

A atualidade dos estudos do mestre Beltrão, mesmo tendo suas reflexões originais datadas da década de 1960, permite observar que as várias mudanças ocorridas nos cenários globalizados e aquelas significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo comportaram a relação entre cultura, sociedade, política, economia, formando um conjunto de trocas, onde todos os atores podem participar, quer como produtores ou como consumidores dos bens

culturais produzidos pela indústria cultural ou pelos canais alternativos. Esses protagonistas podem se valer dos mais variados meios de comunicação, encenando seus cotidianos conjuntamente com múltiplas formas de manifestações desses intercâmbios e de suas significações.

Também existe a necessidade de conhecer sobre as maneiras como o povo reage às sugestões que lhe são feitas cotidianamente pelos meios de comunicação de massa. Não é possível, como afirma Beltrão (2004, p. 59), continuar acreditando que a “[...] população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, adote novas maneiras de trabalhar, de agir, de divertir-se, outro modo de crer e decidir” sem ter participação ativa neste cenário de construção e de troca. É imprescindível analisar os panoramas, as formas, os meios, as consequências e os atores sociais envolvidos em todo o processo. “A nossa elite, inclusive a elite intelectual, tem o ‘folk-way’ das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária” (BELTRÃO, 2004, p. 59) e é isso que precisamos modificar.

Nesse sentido, para uma melhor compreensão dos conceitos defendidos por Luiz Beltrão e de suas implicações nos processos comunicativos-sociais vale a recuperação de suas primeiras incursões pelo campo da comunicação e da coroação de seus esforços de entendimento com a criação da Folkcomunicação. Nela o mestre detalha as várias facetas da cultura e das múltiplas formas de manifestações populares que estão presentes na vida cotidiana, estabelecendo maneiras de compreender o processo comunicativo para além da simples mediação com o meio massivo. Além de evidenciar o modo como a Folkcomunicação ajuda no entendimento dos vários cenários, dos múltiplos atores participantes da ação comunicativa e de suas interações com a cultura e com a mídia de massa.

Folkcomunicação e o cenário comunicativo

Mas o que é mesmo Folkcomunicação? O jornalista Beltrão se incomodava muito com a falta de comunicação entre Governo e povo, elite e massa. Desde suas primeiras reflexões e ações já chamava a atenção para o descaso por parte da elite dominante e do poder instituído para com a cultura que emanava (emana) do povo.

Beltrão (2004) relata que a partir de suas pesquisas iniciais, acompanhando os dados estatísticos sobre os meios de comunicação de massa, como a circulação de jornais e revistas, números sobre ouvintes, telespectadores ou mesmo frequentadores das salas de cinema, quando comparados com a população nacional, ao nível cultural, à capacidade aquisitiva e à distribuição demográfica pelo território nacional, os dados traziam informações que geravam muitas inquietudes para um jornalista atento, que acreditava na comunicação como um processo amplo e plural. Assim, interrogava-se o mestre,

Como se informavam as populações rudes e tardes do interior de nosso país continental? Por que meios, por quais veículos manifestavam o seu pensamento, a sua opinião? Que espécie de jornalismo, que forma - ou formas - atenderia à sua necessidade vital de comunicação? Teria essa espécie de intercâmbio de informações e ideias algo em comum com o jornalismo, que passei a classificar de “ortodoxo”? E não seria uma ameaça à unidade nacional, aos programas desenvolvimentistas, aos nossos ideais políticos e à mesma sobrevivência de homem brasileiro, como tipo social definido, o alheamento em que nós, jornalistas enigmática, que é a comunicação sub-reptícia de alguns milhões de cidadãos alienados do pensamento das elites dirigentes? (BELTRÃO, 2007, p. 30)

O resultado que chegou Beltrão, amparado por outras investigações realizadas em diferentes áreas do conhecimento, como a sociologia, antropologia, os estudos políticos e econômicos, é que estávamos diante de dois brasis.

Um em franco desenvolvimento cultural e econômico; outro, marginalizado, entravando os planos de progresso. Um respondendo com maior ou menor desenvoltura aos apelos dos meios de comunicação coletiva; outro não suscetível dessa influência e, por conseguinte, alienado dos objetivos pretendidos pela elite. Um acreditando nas metas desenvolvimentistas e mudando os seus padrões de comportamento ao influxo das ideias e das técnicas novas, difundidas, sobretudo pelos veículos jornalísticos; outro crendo apenas nos seus “catimbós³” e rejeitando até mesmo uma argumentação lógica, fundamentada em causas e efeitos para aferrar-se aos seus preconceitos, hábitos e costumes tradicionais, e permanecendo surdo às mensagens jornalísticas convencionais. (BELTRÃO, 2007, p. 37)

Frente a este cenário o Mestre Beltrão foi buscar na literatura, na história, nos ritos, nas festas populares, na população em geral e em outros espaços comunicativos respostas para suas indagações. A primeira constatação é que embora as manifestações populares possuam origem em espaços de tempos remotos, elas expressam não o passado, mas os

3. Nota da autora: Em linhas gerais pode-se ser definido como atividades mágico-religiosas, conhecidas desde o séc. XVII, originárias do Nordeste brasileiro e que resulta da fusão entre as práticas de magia provenientes da Europa e rituais indígenas de pajelança, que foram incorporados ao contexto das crenças do catolicismo. Em alguns locais também são notadas algumas influências africanas aos vários tipos de ritos.

desabafos e sentimentos que estão sendo vivenciados pelas populações marginalizadas. “Revestem-se de atualidades e não de memória”. Para Beltrão (2007), amparado pela tese sobre a dinamicidade do Folclore defendida por Edson Carneiro (1965, p. 2), “[...] sob a pressão da vida social, o povo atualiza, reinterpreta e readapta constantemente os seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais do tempo”.

Assim, o resultado permitiu a Beltrão concluir que ocorreu uma adaptação ou uma readequação dos instrumentos utilizados pelo povo para estabelecer a comunicação. Ou seja, sucedeu um enriquecimento dos formatos e dos processos no sentido de ultrapassar o fato de que poucos tinham acesso aos meios de massa, gerando uma harmonização no acesso a informação através de outros mecanismos comunicativos. Igualmente, observou o mestre que as formas de viver e de comunicar da população marginalizada,

[...] acham-se presentes nos improvisos dos cantadores e nas novidades trazidas e levadas pelos caixeiros-viajantes e choferes de caminhão, o encantamento das estórias e lendas, que transmitiam no seu simbolismo as normas de conduta aos clãs primitivos, [...] também é proporcionada nos nossos dias pelo folheto impresso em pelos manuais e difundido através da literatura do cordel, pelos almanaques editados por laboratórios farmacêuticos, pelas revistas de época largamente adquiridas no São João, no Natal, no Carnaval, nos novenários e celebrações de santos padroeiros. (BELTRÃO, 2007, p. 39-40)

Após estas constatações e aliando não somente as características do jornalismo, mas do pesquisador, Beltrão passa a explicar que esse tipo diferenciado de transmissão de notícias, expressão de ideias e reivindicações sociais coletivas

poderiam denominar uma nova forma de entender os processos comunicativos para além do acontecimento em si e sem necessariamente a mediação de um meio de comunicação de massa. Nasceu desta forma o conceito inicial sobre a Folkcomunicação. Destarte, para Beltrão a **Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore**⁴. (BELTRÃO, 2007, p. 40)

Posteriormente à identificação formal do novo processo o mestre afirmou ter continuado suas pesquisas, objetivando não somente a ampliação e o aprofundamento do conceito, mas a partir da assimilação dos atributos dessa identificação, foi possível comparar “[...] com aqueles do jornalismo convencional e erudito”. Porém, adverte Beltrão, “[...] nem toda manifestação folclórica é jornalística”. Tal recomendação deve ser observada pelos estudiosos, quando da seleção de seus objetos e objetivos de estudo, na atualidade. (2007, p. 39-40)

Desafios para as novas gerações

Os alunos dos cursos de comunicação, quando dos estudos sobre as Teorias da Comunicação, especialmente quando é apresentada a Folkcomunicação como a primeira Teoria brasileira, expõem questionamentos muito importantes, como por exemplo: quais ritos, festas, qual período, que outros tipos de manifestações populares podem ser estudados dentro dos conceitos da Folkcomunicação? O olhar deve recair para além das escolhas dos objetos de pesquisa. É necessário que antes a visão contemple não a manifestação popular em si,

4. Grifo do autor.

mas os processos comunicativos que são readequados, reinventados, recriados, incorporados, modificados ou mesmo assimilados e adaptados pela população para estabelecer o processo comunicativo. Não devemos ter o olhar do folclorista que vai estudar com propriedade a manifestação, mas o direcionamento do comunicólogo que vai investigar o processo comunicativo utilizado para revelar as reivindicações do povo, sejam elas permeadas por suas angústias e necessidades, sejam simples manifestações de preservação da identidade.

Como sugestões aos alunos, especialmente aqueles que pretendem enxergar outras formas de entender o processo da comunicação aliado à prática jornalística e publicitária, é de que leiam a obra do Mestre Luiz Beltrão. Quer seus estudos iniciais ou atualizações feitas por seus discípulos, como: Roberto Benjamin e José Marques de Melo e por estudiosos como Antonio Hohlfeldt e Osvaldo Trigueiro. Ou ainda as releituras realizadas pela nova geração de pesquisadores que tem nos estudos da Folkcomunicação suas linhas de investigação.

Pode-se mencionar que espaços como a Rede Folkcomunicação que desde 1998 vem trazendo contribuições importantes para o entendimento deste campo de estudos, ou os trabalhos apresentados nos grupo da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) ou da ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), além de outros ambientes de pesquisa, como a própria internet, se constituem em espaços privilegiados de investigação.

É necessário atualizar os conceitos da Folkcomunicação, incorporando as nuances das redes digitais, das mídias sociais, além das mudanças nas formas e nos formatos de produzir, transmitir e receber informações. Há um leque de questões que ainda precisam ser respondidas. Não somente com referência as interseções entre Folkcomunicação e as carreiras específicas da comunicação, como: jornalismo, publicidade,

relações públicas etc, mas incorporando outros olhares, outras mídias, novos cenários. É necessário conhecer, ampliar e discutir os métodos, metodologias e técnicas da pesquisa nessa área, como também retomar os estudos iniciais e conhecer a vida e a obra do mestre Beltrão, entre outras provocações.

O professor Marques de Melo tem nos desafiado constantemente para a ampliação das pesquisas em Folkcomunicação, especialmente aqueles capazes de aliar as possibilidades da prática jornalística com os princípios teóricos da Folkcomunicação, de forma a possibilitar a sistematização de metodologias e de tipologias que atendam as demandas da Folk. Há um leque de sugestões dadas por ele nas muitas palestras e conferências que tem ministrado sobre o tema. A título de compartilhar esses desafios, conquistando novos pesquisadores para a área, a seguir está disponibilizada uma lista de sugestões e outras mais podem ser incorporadas. Trata-se apenas de propostas que podem despertar na nova geração de pesquisadores os desafios para a investigação no campo da Folkcomunicação, ampliando assim o grupo e sedimentando os conhecimentos já realizados.

Desafio / tema / problema	Questões, sugestões para serem investigadas e resolvidas
<p>Que tipo de jornalismo praticou Luiz Beltrão?</p>	<p>Quais as relações existentes entre os temas das suas reportagens e os objetos de estudo que o consagrariam como pesquisador acadêmico?</p> <p>Em que medida sua prática jornalística repercutiu no conteúdo da obra publicada (tese ou livros)?</p> <p>Como o jornalismo do seu tempo está refletido na literatura que produziu?</p> <p>Quais as influências intelectuais que recebeu no período de formação?</p> <p>Que diálogos intelectuais manteve com seus pares acadêmicos?</p>

<p>Como transferiu seu legado intelectual a discípulos e colaboradores?</p>	<p>Como assimilou as correntes intelectuais da sua época? → à doutrina social católica; marxismo-leninismo; funcionalismo norte-americano; doutrina da segurança nacional; nova ordem mundial da comunicação etc.</p> <p>Qual o preço que pagou pelo não alinhamento com as duas correntes em confronto na conjuntura pós-1964?</p> <p>Qual o papel desempenhado na corrente de pensamento denominada Escola Latino-americana de Comunicação?</p>
<p>Relações intelectuais com seus contemporâneos:</p>	<p>Anibal Fernandes, Agamenon Magalhães, Gilberto Feyre, Câmara Cascudo, Edison Carneiro, Alceu Maynard de Araújo, Francisco Julião, Helder Câmara, Paulo Freire, Celso Kelly, Fernando Segismundo, Freitas Nobre, Adisia Sá, Alberto André</p>
<p>Permanência e Atualidade do Pioneirismo Beltraniano:</p>	<p>Teoria do Jornalismo; Pedagogia da Comunicação; Midiologia Comparada; Folkmídia.</p>
<p>Atuação jornalística</p>	<p>Diário de Pernambuco; Folha da Manhã; Asapress; France Presse; Rádio Clube de Pernambuco Liderança profissional: Associação da Imprensa de Pernambuco; Sindicato dos Jornalistas de Pernambuco; Federação Nacional dos Jornalistas; União Católica Latino-americana de Imprensa</p>
<p>Itinerário mundial</p>	<p>Como jornalista: Europa, China, Estados Unidos e América Latina; Como acadêmico: CIESPAL, UCIP [...]</p>

Percurso literário	Estreia – Pernambuco, anos 1950; Maturidade – Brasília, anos 1980
Incurções pelas Relações Públicas	Recife – anos 1950 e 1960; Brasília – anos 1970
Contribuições pedagógicas	Renovador do ensino de jornalismo – Recife, Quito, anos 1960; Dinamizador da pesquisa em comunicação – Brasília, São Paulo, anos 1960-1970
Folkcomunicação na internet	Gêneros: Folkcomunicação Oral; Folkcomunicação Visual; Folkcomunicação Icônica; Folkcomunicação Cinética; Novos estudos, outros gêneros ou formatos?

Como bem vem afirmando o professor José Marques de Melo – em seus textos e conferências sobre o tema – se faz urgente e fundamental que os resultados destas investigações possam observar as tendências relevantes, mapeando comparativamente os fenômenos no tempo e no espaço, possibilitando a atualização dinâmica da Folkcomunicação como disciplina acadêmica. Fica então o desafio para todos aqueles que estão ou que desejam contribuir para a fundamentação desta Teoria.

Luiz Beltrão: breve perfil

Luiz Beltrão de Andrade Lima, nascido em 8 de agosto de 1918, religioso fervoroso, quando jovem sonhava ser padre. Filho de Francisco Beltrão de Andrade Lima, cirurgião-dentista, e

de Maria Amália de Andrade, de família classe de média. Desde criança, teve na religiosidade uma fonte de inspiração. Em 1930, entrou para o Seminário de Olinda. Influenciado pelo Padre Costa, diretor do Seminário, Beltrão descobre que sua grande vocação encontra-se fora dos seus portões. As diferenças entre o mundo em que vivera e o que se descortinava, fez com que Luiz Beltrão encontrasse no jornalismo um novo horizonte.

O *Diário de Pernambuco*, em 1936, no cargo de revisor foi seu primeiro contato com a nova profissão. “Sua formação humanística contribuiu para ressaltar a habilidade de escrever, a sensibilidade do escritor, a personalidade criativa, a inquietação do observador”⁵. Qualidades que o levaram à profissão de jornalista, recebendo o registro em 1940. Atuou em rádio, revistas, agências e assessoria de imprensa, acumulando experiência que incluiu passagens pelo DIP, e pela presidência da Associação de Imprensa de Pernambuco e sua participação na criação do Sindicato dos Jornalistas Profissionais. Também trabalhou em diversos jornais como *Diário de Pernambuco*, *Correio do Povo* e *Jornal Pequeno*, nas agências de notícias *Asa Press* e *France Press* e nas revistas *Tudo*, *Guanabara Press*, *São Paulo Press* e *Capibaribe*. Exerceu a profissão durante quase 30 anos.

Em 24 de outubro de 1986, o país perde um dos mais brilhantes cientistas sociais desse século. Morre Luiz Beltrão. Ele deixou uma importante produção acadêmica e literária. Além de seus vinte livros, diversas apostilas e artigos, organizou o currículos de diversas faculdades por todo Brasil, ministrou cursos nas áreas do jornalismo, relações públicas, opinião pública e ensino de comunicação. Dedicou sua vida ao ensinar, aprender e discutir jornalismo, sua grande paixão intelectual.

5. Rosa Nava, **Pensamento Comunicacional Latino-Americano – Luiz Beltrão**, trabalho de curso, p. 8. Pesquisa realizada na disciplina Pensamento Comunicacional Latino-Americano, em 1998. Não publicado.

Considerações Finais

Embora Beltrão seja lembrado por suas teorias Folkcomunicacionais, consideradas por muitos estudiosos como a primeira teoria genuinamente brasileira, seu legado transcende esse universo. Foi o jornalismo sua grande paixão. Através de seus estudos foi possível conhecer um “fazer jornalismo” de forma coerente com a realidade nacional, tendo a coragem como meta no descobrimento de novos caminhos.

É importante que possamos entender as aproximações e as interseções entre a Folkcomunicação, Folclore, Comunicação e as práticas comunicativas, de forma a incluir as intermediações culturais (erudita ou massiva) e seus produtores situados nas comunidades periferias da sociedade. A instância mediadora entre a cultura massiva e a popular deve propiciar novos olhares e desafios, fazendo com a Folkcomunicação seja incorporada como disciplina nos cursos de comunicação do Brasil. Somente assim conseguiremos ampliar as pesquisas oferecendo dados essenciais para que de fato ela se torne uma especialidade legitimada e reconhecida pelo campo da comunicação.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados, São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação** – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias (tese de doutorado), Brasília, Universidade de Brasília, 1967. (Esta obra foi recentemente publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001).

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo, Umesp, 2004.

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: conceitos e definições. IN: GOBBI, Maria Cristina. **Folkcomunicação**: a mídia dos excluídos. Cadernos da Comunicação nr. 17 – série Estudos. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio, 2007.

CARNEIRO, Edison. **A dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

MARQUES DE MELO, José. O folclore midiático. In: **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**. História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação, São Paulo, Paulus. 2008.

NAVA, Rosa. **Pensamento Comunicacional Latino-Americano**: Luiz Beltrão. Trabalho de curso, apresentado para a disciplina Pensamento Comunicacional Latino-Americano, ministrada pelo professor José Marques de Melo, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo, curso de doutor

7.

Mediações (Serrano e Barbero)

VERÔNICA DANTAS MENESES¹

Introdução

A *Teoria das Mediações* ainda são uma vertente teórica pouco ou parcialmente explorada pelos estudos em Comunicação. Parcialmente no que se considera seu uso destinado a processos de recepção dos chamados grupos subalternos; pouco explorada uma vez que os próprios estudos em recepção ainda encontram resistência em alguns programas de Comunicação no Brasil.

Alargar as aplicações teórico-metodológicas das Mediações para além dos processos de recepção, estes como processos interligados a outros, incluindo os próprios processos

1. Verônica Dantas Meneses é jornalista e mestre em Sociologia pela UFS, doutora em Comunicação pela UnB e professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins. veronica@uft.edu.br.

de produção e criação de canais de comunicação, populares ou não, desde a comunicação popular e alternativa até a criação de novos formatos na televisão, torna-se essencial de um lado para vincular processos culturais à complexidade de leituras sociais de qualquer grupo ou camada ou sistema social como contraponto à abordagem redutora de outras correntes; por outro para uma atuação politizada, engajada e cambiante da própria prática do profissional da comunicação formado por nossas instituições.

Este artigo apresenta o estudo sobre mediações discutidas a partir das concepções de Jesús Martín Barbero – *Dos Meios às mediações*, e de Martín Serrano – *A teoria da Mediação Social*, e como podem ser efetivadas nas experiências em sala de aula, na atuação profissional do jornalista e dos demais comunicadores sociais e na aplicação em projetos de pesquisa e de extensão.

A teoria das mediações será enfocada, como é a proposta desta obra, de forma a auxiliar o ensino nos cursos de comunicação, sobretudo para fugir de certos clichês que envolvem o ensino da teoria como ligada especificamente à cultura e aos grupos subalternos, especialmente valorizando uma das vertentes do pensamento de Barbero, a pluralidade dos discursos da sociedade atual e a importância dos espaços popular e comunitário como lugares onde acontecem processos comunicacionais e culturais complexos.

Ser profissional de comunicação exige que estendamos nossos olhares para novas expressões e linguagens de acordo com cada realidade e com o estudo dos processos comunicacionais para além da centralidade dos meios. A materialidade dos processos comunicacionais envolve uma complexa estrutura de mediações, sentidos e significados do mundo ligados às relações cotidianas, aos os modos de fazer, de se expressar, de criar dos grupos sociais, à articulação dos imaginários e das expectativas dos atores sociais envolvidos.

Cabe a atenção para as perspectivas interdisciplinares das

duas vertentes com o cuidado de não diluir o nosso objeto de estudo em concepções outras, uma vez que o que se observa é a contribuição de ambas para a estruturação de uma pesquisa em comunicação em que é a *Comunicação*, sim, o centro das análises. São abordagens que contribuem para uma atuação mais rigorosa da pesquisa ao passo que mantêm um compromisso com os processos que contribuíram para as mudanças políticas, sociais e culturais na América Latina dos quais os meios de comunicação são parte. O texto não se pretende completo, mas aponta perspectivas de investigação que conduzem os estudos em comunicação para a formulação de perguntas e não para a análise retórica de pretensas respostas.

A Teoria e seus precursores

Cabe salientar que cada pensamento teórico tem raízes e motivações em contextos históricos peculiares, mas nem por isso devem ser utilizados apenas dentro dessa lógica. Pensemos nos contextos de formação dos dois pensamentos congruentes com os quais nos deparamos neste trabalho.

As lógicas da desterritorialização marcam os anos 70, seguidas pelo seu reverso, a “reterritorialização, aos processos de mediação e negociação entre as exigências externas e as realidades singulares” de onde surgem mais enfaticamente o apoio da Antropologia, Sociologia redimensionando outros conceitos como cultura, identidades, mestiçagem, hibridização em fluxo na modernidade global nas pesquisas em Comunicação na América Latina (MATTELART, 1999, p. 169). É o momento de visualizar novos questionamentos frente aos processos globais de comunicação e sua produção e consumo em culturas e comunidades específicas.

As condições históricas, culturais e políticas vividas na América Latina no século XX alteraram os rumos da pesquisa social

e em comunicação, até o terceiro quartel do século passado influenciadas pelas correntes estadunidenses. A partir da década de 1960 o cenário de pesquisas em Comunicação na América Latina é alterado com o surgimento de vários institutos e centros de estudos² os quais tiveram significado importante para a pesquisa crítica em Comunicação na América Latina, trazendo referenciais alternativos ao modelo positivista estadunidense.

A vertente funcionalista da pesquisa em Comunicação na América Latina, que influenciou os primeiros estudos, não acompanhou as mudanças que as tecnologias da comunicação, em especial o rádio, a partir as décadas de 1940 e 1950, mobilizaram na região, iniciando tanto o processo de inserção de sociedades subdesenvolvidas ao mundo do consumo quanto os processos culturais de expressão multicultural e de contestação das hegemonias tradicionais e do poder estadunidense trazendo para o campo da comunicação temas ligados à economia política dos meios e aos

-
2. A institucionalização da pesquisa na área em 1959, com a fundação do CIESPAL (Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo, na época) em Quito, Equador, e do Instituto Venezuelano de Pesquisas de Imprensa da Universidade Central é considerado marco paradigmático do campo científico em comunicação na América Latina. Sobretudo o CIESPAL divulgou no início o modelo estadunidense de pesquisa *estrutural/funcionalista*, com foco na *inovação de tecnologias*, na época, a televisão e o rádio. A partir de 1973 começa um processo de distanciamento da influência norte-americana e um pensamento crítico comunicacional com influências filosóficas, antropológicas, semiológicas e sociológicas surge com “pesquisas que buscam conhecer a realidade latino-americana e as necessidades de seus cidadãos para definir os pressupostos teórico-metodológicos de sua ação”. Estas pesquisas e ações se “realizavam em contextos autoritários e repressivos (décadas de 1960 e 1970), estruturados em *formações sociais* com forte presença das formas anacrônicas, pré-capitalistas, que provocavam situações de intensa instabilidade social, de conflitos e de carências institucionais” (MALDONADO, 2008).

contextos culturais locais e políticas alternativas de comunicação (MALDONADO, 2008).

É nesse período, de final da década de 1970 e nos anos 80, que se estrutura o pensamento das mediações de Martín-Barbero, na Colômbia, e Martín Serrano, na Espanha. Inicialmente ainda conserva rastros de concepções que formaram as condições da sua própria produção mas se constitui em vertentes que pensam criticamente o poder dos meios de comunicação, retirando deles a sua hegemonia e total responsabilidade pelas mensagens e pontuando os processos de mediações sociais como aspectos mutáveis e em constante transformação.

Principalmente nos estudos de Barbero, no contexto popular das realidades latino-americanas, começa-se a se perceber as frentes culturais que estabelecem “nexos simbólicos fortes entre as comunidades populares e as organizações” se constituindo mediações fundamentais nos processos de comunicação na sociedade moderna local e global.

Os conceitos de mediações aplicados para este estudo limitam-se aos desenvolvidos por Martín Serrano e Martín-Barbero. O primeiro, cunhado no final dos anos 1970, enfatiza o controle social nos processos de reprodução e consumo pelas audiências das realidades apresentadas nos meios de comunicação e dos quais os meios são parte integrante. O segundo, desenvolvido no final dos anos 1980, aborda a mediação como instância cultural, reconfigurando os sentidos da cultura popular e da política dentro do campo da comunicação. Vejamos as duas posições.

Martín-Barbero e Dos Meios às Mediações

Jesús Martín-Barbero, nascido em Ávila, Espanha, em 1937, residente na Colômbia desde 1963, é um dos principais

expoentes do pensamento crítico sobre a Comunicação contemporânea e sobre a peculiaridade destes estudos na América Latina. A sua obra mais difundida, “*Dos meios às mediações*”, publicada originalmente em 1987, faz emergir nos centros dos discursos sobre comunicação posicionamentos teóricos e metodológicos que inserem as mudanças dos sistemas comunicacionais, as dinâmicas culturais renovadas com os processos da globalização e as características singulares dos contextos culturais populares latino-americanos.

Suas obras também refletem a contribuição multidisciplinar de sua formação, iniciada na Filosofia, em que outras ciências sociais ajudam a pensar as configurações da mídia na sociedade, de certa forma criticando o centralismo de uma busca teórica específica para o nosso campo. Suas influências agregam as concepções de cultura presentes em Raymond Williams e Michel de Certeau, mas também dialoga com diversos autores latino-americanos, entre eles brasileiros, e ainda com o próprio Martín Serrano.

Segundo o próprio autor, foi o confronto com as diversidades políticas e sociais dos países da América Latina que deu origem ao estudo sobre o “campo da mediação de massa, de seus dispositivos de produção e seus rituais de consumo, seus aparatos tecnológicos e suas encenações espetaculares, seus códigos de montagem, de percepção e reconhecimento” (BARBERO, 2009, p. 27).

Podemos sintetizar assim seu empenho teórico, o qual não se contentava com as explicações fragmentadas e unilaterais de correntes anteriores e buscava entender esses contextos que “destruindo velhas certezas e abrindo novas brechas, nos confrontavam com a *verdade cultural* destes países” (BARBERO, 2009, p. 28. *grifos do autor*).

Contudo, não se trata de uma abordagem genérica da cultura ou de diluir a comunicação em campos teóricos diversos com a roupa da interdisciplinaridade. Há

um elemento articulador, as mediações que ocorrem na atualidade, no tempo presente e no cotidiano em que os sujeitos sociais atuam não como receptáculos de mensagens mas como sujeitos ativos dentro de um processo de reelaboração dos conteúdos midiáticos a partir dos usos históricos e temporais desses conteúdos mais próximos ou não dos objetivos iniciais de seus emissores.

A mediação é o processo no qual os públicos se apropriam e ressignificam os sentidos do processo comunicativo envolvendo três dimensões: socialidade, ritualidade e tecnicidade. São, portanto, dois focos: o processo de recepção e reelaboração das mensagens e os processos de produção e difusão de bens culturais industrializados. Assim, o *meio não é a mensagem*, pois a dimensão técnica não é incisiva, uma vez que por tecnicidade entende-se mais do que tecnologia determinante, entende-se processos midiáticos dotados de condições socioculturais mediadoras em que a mídia pode ser determinante, mas não é absoluta.

Barbero elege a televisão, portanto, como centro dos seus estudos e justifica os estudos da imagem devido à contradição entre a sua onipresença no mundo atual e ao fato de ter sido a imagem relegada ao mundo da arte ou vista como instrumento de manipulações irracionais e consumistas. Para Barbero e Rey (2004, p. 16), é necessário problematizar o “atual regime da visualidade” que se encontra “socialmente dicotomizado entre o universo do sublime e o do espetáculo/divertimento” a partir do resgate das hibridações entre visualidade e tecnicidade, pois

na experiência social que ela introduz, emerge a relação constitutiva das mediações tecnológicas com as mudanças na *discursividade*, suas novas competências de linguagem: desde os traços mágico-geométricos do *homo pictor* ao *sensorium* leigo que

a gravura ou a fotografia ‘revelam’ aos novos relatos inaugurados pelo cinema e pela televisão (Idem, *ibidem. grifos dos autores*).

As principais temáticas abordadas por Barbero que darão corpo a sua linha conceitual parte das singularidades histórico-culturais dos países da América Latina como essenciais para a formação dos modos de produção midiáticos, em que também discute a dependência cultural, processos de resistência, mestiçagem e hibridação, articulando cultura, comunicação e mediações a partir do cruzamento dos campos econômico, político e social.

Os gêneros e formatos televisivos abarcam resumidamente a emergência dos conceitos de povo e massa na modernidade. Com a emergência do popular, de sua dimensão real e histórica, o povo é assumido como parte da memória constituinte do processo de formação das culturas nacionais, como sujeitos que processam resistências, também culturais, “a partir de uma cotidiana e constante reelaboração simbólica”.

Segundo Martín-Barbero,

O valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (BARBERO, 2009, p. 113).

Alguns desses temas ganham destaque. O conceito de Dependência é inicialmente pensado na dependência socioeconômica da América Latina em relação aos centros produtivos

do sistema capitalista, especialmente dos Estados Unidos, mas se amplia para a influência teórica do campo da Comunicação. Nesses termos, relativiza as dimensões culturais e os processos de mudança social, debate em que os conceitos de resistência, mestiçagem e identidades se entrelaçam. O conceito de mestiçagem surge com a percepção das várias identidades culturais e de suas relações com a cultura hegemônica, das culturas urbanas e rurais, populares e das elites, arcaicas e modernas, locais, regionais e globais, em que o espaço cultural é um lugar onde se articulam esses diversos sentidos.

A contribuição dessas reflexões nos Estudos de Recepção em Comunicação foi fundamental, pois vem resgatar as histórias e repertórios, os modos de fazer e a criatividade dos sujeitos e da complexidade da vida cotidiana como espaço de produção de sentido onde se atualiza e se reconstrói novos comportamentos ou percepções da realidade. O consumo é, portanto, a complexidade de processos de apropriação cultural e diferentes usos sociais da comunicação, de onde surge mais uma problemática, os espaços de negociação desses sentidos tanto a partir da dinâmica dos usos populares do massivo quanto de como o massivo, por sua vez, reelabora e refuncionaliza o popular.

A mediação é o lugar de práticas sociais cotidianas que originam construções sociais e culturais. De Certeau (1990, p. 63-64) analisou essas estratégias e os “modos de fazer” que se estruturam no cotidiano, não *apesar* das forças de controle e vigilância das instituições sociais, entre elas a mídia, sobretudo *por meio* delas próprias. Segundo o autor, “o enfoque da cultura começa quando o homem ordinário *se torna* o narrador, quando define o lugar (comum) do discurso e o espaço (anônimo) de seu desenvolvimento”.

Segundo Barbero (2009, p. 261), estudar os meios a partir das mediações é deslocar-se para “as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais”.

Nesta perspectiva, Barbero define propostas metodológicas, o que chamou de *mapa noturno*. O mapa noturno serve para confrontar os paradigmas, um guia aberto às condições peculiares do estudo do cotidiano. “Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos” (BARBERO, 2009, p. 290. *grifos do autor*).

Propõe, assim, quatro lugares de mediação, os quais trabalhou especialmente com os estudos sobre televisão, que refletem uma nova dimensão da cotidianidade e das leituras ou sentidos com os quais as pessoas dotam os conteúdos midiáticos: cotidianidade familiar, temporalidade social, competência cultural e a lógica da produção e dos usos.

O método de estudo deve investigar: anacronias das formações culturais com distintas temporalidades, como temporalidades de classe, das raças, dos sexos, das gerações; as novas fragmentações sociais e culturais do sujeito social; a perspectiva dos gêneros e formatos da produção cultural e os meios de comunicação como espaços de mediação.

No prefácio da 5ª edição espanhola de *Dos meios às mediações*, Martín-Barbero avalia sua obra com uma atualização de seu conteúdo a partir de duas visões: A primeira reflete a base econômico-cultural em que as tecnologias audiovisuais e informáticas estão inseridas nas quais os processos de globalização levam “*em conta os meios* na hora de construir políticas culturais que façam frente aos efeitos dessocializadores do neoliberalismo e insiram explicitamente as indústrias culturais na construção econômica e política da região” (BARBERO, 2009, P. 11. *grifos do autor*). A segunda “*resulta da combinação do otimismo tecnológico com o mais radical pessimismo político, e o que busca é legitimar, através do poder dos meios, a onipresença mediadora do mercado*” (BARBERO, 2009, P. 11. *grifos do autor*).

São visões que precisam ser criticadas uma vez que dotam o mercado e os meios de comunicação de uma força homogeneizadora capaz de deturpar as demandas políticas e culturais, razão pela qual se deve “manter a estratégica tensão, epistemológica e política, entre as *mediações históricas* que dotam os meios de sentido e alcance social e o *papel de mediadores* que eles possam estar desempenhando hoje” (BARBERO, 2009, P. 12. *grifos do autor*). Apesar da centralidade tecnológica da contemporaneidade ela não é em si o único e grande mediador da nossa sociedade, pois de fato a tecnologia medeia de forma mais intensa a transformação da sociedade em mercado e do mercado no principal agenciador dos sentidos complexos dos processos de mundialização (idem, p. 20).

Martín-Barbero reafirma, portanto, continuar a discutir a “complexa trama de mediações que a relação comunicação/cultura/política articula” por meio de três pontos de vista: sobre a comunicação, observando o processo de emergência de uma razão comunicacional que possibilita mudanças no mercado da sociedade e seu lugar estratégico na configuração de novos modelos de sociedade. No campo da cultura, refletindo a antropologização da cultura na vida social e a especialização comunicativa do cultural transformando tudo em “bens simbólicos ajustados a seus públicos consumidores”. E em relação à política, verificando a “reconfiguração das *mediações* em que se constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que dão coesão à sociedade”, processo no qual a mediação televisiva passou a fazer parte dos discursos e da própria ação política (BARBERO, 2009, p 13-14).

Martín-Barbero discute ainda um *novo mapa* das mediações para as novas relações entre comunicação, cultura e política, em que busca reconhecer as múltiplas redes de poder e de produção cultural constituídas na comunicação, as transformações pelas quais passam os

mediadores socioculturais que introduzem novos sentidos e novos usos sociais dos meios, entre eles o papel dos novos movimentos sociais, especialmente o de mulheres e da juventude.

O mapa teria agora dois eixos de mediações, um diacrônico (histórico de longa duração) entre **matrizes culturais** e **formatos industriais** em que os movimentos sociais e os discursos públicos têm grande articulação e formam movimentos de intertextualidades, intermedialidades, hibridações de novos formatos e gramáticas. E outro sincrônico, entre as **lógicas de produção** e as **competências de recepção ou consumo**.

As relações entre as matrizes culturais e as lógicas de produção encontram-se mediadas por regimes de *institucionalidade*, esta densa de interesses e poderes contrapostos; as relações entre as matrizes culturais e as competências de recepção e consumo estão mediadas por diversas formas de *sociabilidade* geradas nas relações cotidianas. Já as lógicas de produção e os formatos industriais são mediados por *tecnicidades*, que dão novos sentidos aos discursos; e os formatos industriais e as competências de recepção e consumo teriam como mediadores as *ritualidades*.

As *ritualidades* remetem aonexo simbólico que sustenta toda comunicação por um lado buscando “as múltiplas trajetórias de leitura ligadas às condições sociais do gosto, marcadas por níveis e qualidade de educação, por posses e saberes constituídos na memória étnica, de classe ou de gênero, e por hábitos familiares de convivência com a cultura letrada, oral ou audiovisual, que carregam a experiência do ver sobre a do ler ou vice-versa”. Por outro lado, o resgate de experiências passadas como processos de “cotidianidade e experiências das diferenças, da ressacralização, do reencantamento do mundo a partir de certos usos ou modos de relação com os meios” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.19-20. *grifos do autor*).

A Teoria da Mediação Social de Martín Serrano

O espanhol Manuel Martín Serrano é autor de um conjunto intelectual de obras difundidas internacionalmente, em que se destaca a *Teoria da Mediação Social e a Teoria Social da Comunicação*, esta desenvolvida a partir da primeira. As influências de Martín Serrano diferem um pouco do nosso primeiro autor, Martín-Barbero. Serrano traça suas concepções teóricas a partir da dialética marxista, do estruturalismo e da psicanálise de teóricos como Lévi-Strauss e Abraham Moles.

Martín Serrano aborda a comunicação como processo integrante da humanização “produzindo e reproduzindo as representações compartilhadas das quais dependem a organização e o funcionamento dos grupos humanos” (MARTÍN SERRANO, 2009, P.20). Assim, a comunicação forma um sistema inter-relacionado com o sistema social, e ambos se afetam mutuamente. A obra *La mediación social, publicada em 1978*, constitui até hoje referência nos estudos em Comunicação, com destaque para o estudo dos processos migratórios na Espanha.

A Teoria da Mediação Social trabalha a mediação como mecanismo de intervenção na produção e reprodução dos sistemas sociais, mediar é operar as informações e as organizações sociais com ação transformadora em torno de objetivos que visem o controle social e ofereçam segurança e continuidade ao grupo e, portanto, sobrevivência aos sistemas sociais.

As mediações são atividades desenvolvidas a partir dos grupos sociais primários, como a família e o bairro, de profissionais da mediação, como psicólogos, de organizações, empresas e instituições, cujo paradigma relaciona os ajustes e desajustes entre os processos de informação que entram em interdependência com as ações sociais e as interesses das organizações. Fazem parte deste processo os referentes sociais, os processos cognitivos e comportamentais e a produção da mensagem ou da estratégia mediadora.

A obra de Martín Serrano destaca a comunicação como centro investigativo, destaca a especificidade da *interação comunicativa* como *informação* e torna a cultura um problema científico, objeto/problema da pesquisa. O posicionamento de Martín Serrano é interdisciplinar, que relativiza de um lado a ortodoxia *comunicacionista em que* “tudo é comunicação”, e de outro porque se coloca em uma “perspectiva frutífera, forte e de futuro para estabelecer os nexos gnoseológicos entre *ciência da comunicação* e outras ciências” (MALDONADO, 2008. *grifos do autor*).

Maldonado (2008) considera a *teoria da mediação social como uma ação* transformadora crítica para o próprio olhar da pesquisa em comunicação, contribuindo para um posicionamento intelectual que absorva o compromisso mas também a criatividade exigidos pelos novos tempos. A penetração desse olhar na América Latina encontrou contexto profícuo para o seu desenvolvimento pois leva em conta tanto a necessidade da produção teórica como de uma práxis de compromisso ético e histórico fundados na realidade social.

As mediações, desse modo, operam em ambientes contraditórios, nas mudanças de mentalidades, de autonomia ou dependência de sistemas sociais, nos processos de aculturação, na promoção da pluralidade ou uniformidade de visões de mundo. Contudo, elas não são em si mesmas controladoras ou manipuladoras, nem emancipadoras ou transformadoras, verdadeiras ou falsas. São suas aplicações pelas instituições e pelos processos mediadores que determinam suas características.

O tema central da proposta de Serrano é a mudança social. Uma construção teórica que visa questionar a aparente imutabilidade da realidade social que os meios de comunicação projetam. Assim, centra-se na análise dos modelos referenciais dos atores sociais e das instituições por meio do uso de códigos simbólicos. As referências estão amalgamadas nas estruturas sociais. As mudanças passam pelas formas

simbólicas estruturantes de representação e a mediação social se propõe a identificar essas estruturas, observar suas variações, identificar os atores sociais envolvidos. Assim, os sistemas sociais podem ser mantidos e modificados, apesar de suas contradições, a partir da mediação social que os meios de comunicação realizam.

Os estudos do autor sobre as mediações sociais contemplam especialmente os processos de globalização da última fase do capitalismo, mostrando a importância desses processos para fazer com que as pessoas assumam como normal as situações de crise as quais transcendem os limites da economia e adentram na vida cotidiana. Assim, o procedimento mediador consiste em transferir para as relações interpessoais os conflitos e contradições que poderiam enfrentar os sujeitos com as instituições para se adaptar ao sistema, sem questioná-lo.

A *Têoria da Mediação Social* de Martín Serrano estabelece um elo dos meios com a *mudança social* e em função do momento histórico da época adquire um valor especial para as pesquisas em Comunicação. Os meios de comunicação passam a não ser vistos como simples espelhos do mundo, mas como uma das principais instituições mediadoras da nossa sociedade pois apresentam referências da realidade e representações culturais que atuam nos processos de mudança social.

É um novo modo de pensar as Ciências Sociais e a Comunicação. A teoria da Mediação Social apresenta uma metodologia que vai a campo, que observa o mundo a partir das análises das representações sociais dos diversos relatos e da análise de suas estruturas com o que chama operações de mediação: a mediação cognitiva e a mediação estrutural.

As mediações cognitivas operam sobre as mensagens, ou relatos, sobre a reiteração cotidiana de dados de referência familiares ou modelos de representação do mundo. Assim atuam na formação e/ou manutenção de identidades que ofereçam segurança e formas estáveis desses relatos; ao lidar com

o conflito, produzem mitos estruturantes da sociedade. “A *mediação cognitiva*, assim, complementa-se com a relação *novidade/banalidade*, que trabalham as programações informativas, ficcionais e de auditório, produzindo sensações e significações de *entretenimento e captura de dados* que fortalecem os nexos entre os meios e os públicos” (MALDONADO, 2008).

As mediações estruturais operam sobre os suportes, oferece modelos de produção desses relatos a partir dos meios e processos de produção da comunicação, ou seja, trabalham as lógicas da produção midiática, seus aspectos e conflitos, a sua especificidade e seu caráter tecnológico. Essas mediações se realizam em torno de algumas abordagens. A primeira enfatiza a dimensão tempo/acontecimento, a fabricação pela mídia de novas dimensões de *tempo*, uma vez que a lógica narrativa cronológica histórica é substituída nos meios pela fabricação simbólica do *acontecimento* e de seu registro referencial.

O segundo elemento da *mediação estrutural* seria a produção de rituais elaborados pelos meios. Abre-se aqui o caminho para o estudo dos gêneros, formatos e fluxos das mensagens midiáticas: fabricar relatos por meio de formas repetidas e em série, ancoradas em elementos reconhecíveis pelo público, estabelecer *formas estáveis* destes relatos, a fim de estabelecer pactos de fidelidade entre o meio e sua audiência.

O terceiro componente da proposta do autor acrescenta à *mediação estrutural* uma mediação institucional, aquela que, de acordo com Maldonado (2008) *institucionaliza os mediadores, que atuam no processo de produção de conhecimento a partir de suas próprias referências*. Essa operação investiga a produção do conhecimento a partir do reconhecimento do *papel mediador* das instituições midiáticas e dos sujeitos produtores de conteúdo, e refletem estas produções não mais como espelhos de uma dada realidade. Neste processo está ainda a operação de seleção, a qual delimita os relatos com o conceito de *objeto de referência* e não como uma janela ou espelho da realidade.

Outro elemento da *mediação estrutural* é o caráter *expressivo* dos meios de comunicação, delimitando uma dimensão técnica/cultural em que a produção industrial de cultura pelos meios gera e institui um *campo de sensibilidades* particular por meio de experiências estéticas proporcionadas pelos sistemas midiáticos.

Pelo exposto, um dos conceitos mais caros para a teoria é o de representações sociais que figuram ao lado das instituições mediadoras, como os meios de comunicação, e dos objetos mediadores lançados por esses meios, os produtos culturais, sob a hipótese de que os meios de comunicação afetam os processos cognitivos das audiências porque oferecem junto com os relatos dos acontecimentos modelos de representação do que acontece e como estes devem ser lidos.

As representações sociais são representações mediadoras. De uma perspectiva comunicacional, o autor concebe as representações como propostas de determinadas interpretações do que acontece ao redor das pessoas, na dimensão do cotidiano. Trata-se de modelos que servem para orientar a ação e a valoração dos sujeitos e como modelos de influência social.

Na mediação impulsionada pelos meios, as representações propostas nos relatos são elementos que fazem parte do sistema de comunicação e podem ser reconhecíveis pelos atores sociais e assim sugerem interpretações socialmente aceitas, trabalhando para a coesão social. Não se aplica, nesse sentido, juízo de valor sobre se são boas ou ruins, verdadeiras ou falsas.

A mediação que realizam os meios de comunicação coletiva é o resultado do próprio processo de produção comunicativa. Para Martín Serrano, o produto comunicativo são narrações em que se relacionam objetos de referência com valores de referência (Martín Serrano, 2004: 144). Assim, a posição de representar não pode ser confundida com o próprio objeto, pois é no espaço da intersubjetividade que são construídos os sentidos e

se negocia a objetividade, construindo as representações sociais capazes tanto de conferir uma identidade a um grupo social, quanto de produzir formas de enfrentamento das relações cotidianas.

Meios e mediações e suas aplicações acadêmicas e cotidianas

As teorias e pensamentos teóricos devem ser entendidos a partir dos contextos históricos que deram lugar à sua formação, de forma que possamos acionar os valores fundantes e reaplicar em outras condições do nosso objeto de estudo a fim de compreender os aspectos que se mantêm explicativos em dada realidade/problema de pesquisa. Nenhuma teoria deve ser considerada ultrapassada, não penso ser este o termo adequado uma vez que não se apagam as marcas de um passado; tampouco não deixam de ser observados princípios sociais mesmos. O que mudam são os atores, as expectativas, as tecnologias...

Dito isto, é importante que a ação do professor em sala de aula possa contribuir para a perspectiva crítica dos alunos e restringir os olhares maniqueístas para os efeitos dos sistemas comunicacionais no mundo contemporâneo. Também possa contribuir para alargar as ações destes futuros profissionais com vistas à transformação social, a qual se dá com a visão de mundo alargada para as singularidades dos diferentes mundos com os quais nos deparamos.

Aponto neste tópico alguns estudos e formulações teóricas em que os estudos das mediações podem ser aplicados e contribuir de forma crítica e coesa para o desenvolvimento tanto epistemológico de localizar o objeto de estudo da comunicação, quanto metodológico uma vez que podem traçar condições de pesquisa empírica e modelos de análise.

O modelo teórico das mediações tem escolhido alguns objetos prioritários, como os estudos de recepção, o estudo sobre a mediação da televisão e sobre o papel da comunicação e sua articulação com a educação e com a cultura. Também tem servido como referencial teórico-metodológico para pesquisas de campo sobre processos midiáticos e suas repercussões na sociedade. Como teoria, paradigma ou modelo teórico, de qualquer forma, o estudos das mediações constituem campo fértil para análises que contemplem as relações políticas e culturais desempenhadas pelos mídia como instituição mediadora na sociedade contemporânea.

Os estudos de recepção no Brasil ganham corpo na década de 1990. Segundo Nilda Jacks (2008), diversas abordagens marcam essa trajetória entre elas as *abordagens sociocultural e sociodiscursiva*, que consideram as múltiplas relações sociais e culturais no processo de recepção dos produtos midiáticos onde são consideradas; *a recepção televisiva* com enfoques nos gêneros em especial as telenovelas; e as *identidades culturais*, que apontam diversas perspectivas e mediações de definição de públicos e as formas diferenciadas de consumo dos produtos midiáticos a partir da referência do lugar e dos encontros interculturais existentes em nossa sociedade.

As audiências não são mais determinadas, podem hoje ser tratadas como *ser audiência* ou como *estar audiência*. A mediação, em particular a audiovisual na pós-modernidade, tem modificado as formas sociais de difusão de conhecimentos e construção de valores, “*de los usos sociales de lo percibido, apropiado y (re)producido por los sujetos-audiencia*” (OROZCO GÓMEZ, 2001, p. 25). Assim, tais estudos estão em processo de amadurecimento teórico-metodológico inclusive de reformulação de categorias analíticas presentes nas abordagens teóricas aqui discutidas.

O estudos sobre o processo de informação ambiental e a prática do jornalismo ambiental é uma das áreas que já

reivindicam há certo tempo mudanças de posturas frente aos sujeitos das mensagens contestando ou dando limites aos critérios de objetividade e neutralidade tão caros ao jornalismo ocidental de influência norte-americana.

E nesse sentido, uma postura de qualquer profissional da Comunicação frente aos discursos sociais deve ser indignado, deve ser questionador, deve ser engajador. Não só nestas práticas, mas todo o fazer do jornalismo deve reconhecer a “natureza processual da comunicação” e fugir das “narrativas oficiais” e “de uma lógica de apagamento das revoluções naturais da dinâmica sociocultural” (GIRARDI et. alli, 2012, p. 136).

A *comunicação popular e alternativa* é o principal enfoque aqui discutido uma vez que já faz parte dos processos discutidos por Martín-Barbero. A ação dos movimentos populares no Brasil e na América Latina, principalmente nesse período de fins dos anos 1970 e início dos anos 1990, vem contribuindo em maior ou menor medida com o enfraquecimento dos regimes ditatoriais e das condições precárias de vida e para os estudos sobre os campos ético-políticos nos quais estes movimentos estão imersos ainda que este caráter transformador das ações coletivas nem sempre seja concretizado.

A comunicação popular como campo de ação e parte de uma “pedagogia popular” se desenvolveu no sentido de uma organização do povo com “iniciativas voltadas ao incremento de grupos de base”, abrangendo ainda conceitos de igualdade de acesso aos meios, a defesa da identidade cultural dos povos e a transformação dos meios de comunicação de massa em função do povo (DOIMO, 1995, p. 136).

As mediações enfatizam a importância dos espaços popular e comunitário como lugares plurais, criativos nos quais acontecem processos comunicacionais e culturais complexos. Muitas correntes teóricas e muitos professores enfocam a relevância única dos meios na sociedade atual; assim, os estudantes costumam chegar a disciplinas como

Comunicação Comunitária, quando existem nos currículos dos cursos, com expectativas simplistas da efetividade e pluralidade destes processos.

Um aspecto da Comunicação comunitária, que por mais óbvio que possa parecer, e na prática da graduação é pouco entendido, é o fato de que ela não ocorre simplesmente como desenvolvimento de produtos, ou com o acesso das camadas subalternas, populares, a meios e formas de comunicação e expressão; a sua efetividade se dá quando do acesso ao meio agrega-se processos de emancipação, da expressão de valores e exposição de demandas coletivas, da afirmação de laços de pertencimento, de transformação de indivíduos em atores coletivos ativos na sociedade, não de maneira isolada, mas em suas diversas mediações entre sua própria cultura e os meios de comunicação.

Envolver-se, ser envolvido, conferir repertórios locais, entender o produto/formato como parte de uma dinâmica e não como a dinâmica em si. E é esse processo engajador e subjetivo que tem fortalecido o desenvolvimento de processos metodológicos mais abertos às dinâmicas sociais especialmente quando os grupos com os quais atuamos são diferentes de nós, presentes em projetos de pesquisa e em ações de extensão comunitária.

Temática cara aos estudos de Martín Barbero, a cultura popular tem sido objeto de pesquisa da Folkcomunicação. A partir das perspectivas do lugar e dos processos culturais que envolvem as relações cotidianas entre seus membros, busca-se o entendimento da comunicação como problema da sociedade contemporânea, formada por diversos grupos separados pela heterogeneidade, cuja “resposta à mensagem, na comunicação coletiva, não é a discussão, mas a ação” (BELTRÃO, 2004: 29).

A problematização do conceito de região como central às estruturações e reelaborações das informações reproduzidas pelas camadas populares ou mesmo pelas elites é aspecto

essencial para a elaboração desse viés teórico. Certas parcelas da população são consideradas públicos cegos, mas mantêm fixa uma consciência das próprias aspirações e necessidades, que conduz a direções políticas em que se formam processos de comunicação únicos e singulares.

A Folkcomunicação estuda a vinculação estreita entre folclore e comunicação, por não só transmitir informação, por ser nas manifestações folclóricas que as pessoas reinscrevem, reelaboram, atualizam seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade. As manifestações folclóricas não são assim meros desenfadados e estratificação de fatos do passado, “tais desenfadados são desabafos. Explosões e não estratificações. Revestem-se de atualidades e não de memória”.

O conceito primeiro da área proposto por Beltrão (2004: 47. *grifo do autor*) define Folkcomunicação como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. O sistema de Folkcomunicação abrange, portanto: “conjunto de agentes, meios, métodos e técnicas de que se valem os grupos marginalizados da sociedade [...] uma vez que, direta ou indiretamente, tal sistema está ligado ao folclore” (id. *Ibid.* p. 45-58).

Também se entrelaça nessas pesquisas as concepções estéticas e inter-relações entre as culturas popular, a cultura de massa e a cultura elitizada/erudita, entrecortadas pelo sistema de fabricação de bens simbólicos muito condicionado atualmente por intervenções tecnológicas. Nesse ínterim, cumpre repensar o lugar das culturas populares nos mídia e nos processos de produção das mensagens ou relatos difundidos pelos sistemas de comunicação atuais.

Estudos sobre as mediações entre os meios e os movimentos sociais e outras formas associativas da sociedade civil também vêm sendo bastante desenvolvidos. Entre outros, cito o trabalho de Crista Berger, *Campos em confronto*:

a terra e o texto, de 1996. A autora trabalha o conceito de mediações na perspectiva de Martín-Serrano ao estudar as modalidades de relacionamento entre imprensa e movimentos sociais, especificamente o *Zero Hora*, de Porto Alegre, e o Movimento dos Trabalhadores Sem-terra (MST).

Um dado interessante que nos alerta para as nossas próprias visões parciais das realidades mas também centra o esforço por desenvolver aplicações particulares da teoria é resumido pela própria autora quando afirma que deslocou o sentido de operação de mediação, de acordo com Serrano, para instância mediadora da terra, a qual comunica sentidos e nela estão contidas visões de mundo:

A terra é mediação, pois esteve na passagem da condição de imigrante para brasileiro; de despossuído para proprietário; de excluído para cidadão. E segue sendo mediação no percurso inverso, quando pela ausência dela faz o perdedor individual tornar-se militante engajado propiciando a ação política organizada (BERGER, 2008, p. 9).

É a televisão, contudo, objeto privilegiado dos estudos das mediações. Estudos críticos sobre a televisão, especialmente na América Latina, abarcam diversas abordagens e temáticas. Singularidades de suas audiências, processos político-econômicos, formas culturais de seus gêneros e formatos.

Barbero e Rey (2004, p. 23) refletem que é preciso diagnosticar a contribuição destes estudos como uma referência de significados que, ao invés do maniqueísmo de muitas teorias, separando a crítica inócua derivada do olhar de desprezo dos intelectuais, que se fechou no óbvio e na “exasperação da queixa”, para contribuições críticas que reflitam sobre os processos de mediação que se faz entre a televisão e seus públicos numa inter-relação que sejam capazes de

distinguir entre a indispensável denúncia da complacência da televisão com as manipulações do poder e dos mais sórdidos interesses mercantis [...] e *o lugar estratégico que a televisão ocupa nas dinâmicas da cultura cotidiana das maiorias*, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p. 26).

Pois, para o bem ou para o mal a televisão constitui hoje “o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares”, mas ao mesmo tempo “uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular” (id, *ibid.*, p. 26).

E nessas abordagens distinguimos uma nova perspectiva da tecnicidade dos produtos audiovisuais, como materialidade carregada de atributos e sentidos culturais que estruturam o conhecimento e a vida cotidiana. A Cultura aqui entendida encontra-se permeada em processos de mudanças e ressignificações uma vez que agrega as experiências vividas e cotidianas das pessoas e também congrega as práticas culturais na materialidade da vida em sociedade por meio de uma processualidade histórica comum e por meio da herança, do legado cultural que conforma a história distinta de cada povo (MENESES, 2010). Pensar a televisão é também pensar, portanto, em novas formas de entender a cultura e o lugar do profissional da comunicação no mundo.

Estudos sobre os meios de comunicação regional e local também podem ser analisados sob a perspectiva das mediações, principalmente quando se evidencia a criatividade das audiências e as relações mais personalizadas dos atores envolvidos, entre eles os produtores regionais. Ao comporem programas locais, como usuários estes produtores também fazem “bricolagens”, como define de Certeau, alterando as representações das “elites produtoras de linguagem” por

meio de um jogo de apropriação e reapropriação dos sentidos culturais apresentados. Nestes processos de mediação incluem-se as redes nacionais, que aparecem para as emisoras locais como dispositivos de controle e vigilância da maneira pela qual a televisão se mostra, manifestando mais um quadro de mediação (MENESES, 2010).

É no cotidiano que se dá o consumo local da televisão. Os modos criativos de fazer constituem o cerne dessa programação, seu diferencial das generalizações. Eles podem ser menos do que repetições estéreis ou cópias e mais processos criativos e utilizáveis no cotidiano local, de certa forma se constituindo em arena em que os atores tentam monopolizar as suas visões, necessidades, identidades e valores, mas que por isso mesmo contribuem para um dinamismo e uma (multi)formação de identidades. Portanto, as leituras dos conteúdos televisivos não constituem ato certo, posto que a criatividade das pessoas e o uso que farão desses conteúdos no cotidiano modificam as realidades locais: os modos, a arte de fazer televisão de acordo com o local da cultura que configuram formas de resistência das identidades locais na vida cotidiana de consumo global.

Fuenzalida traz um exemplo de uma análise contemporânea dos processos de recepção da televisão numa perspectiva educativa de forma que os processos de mediação presentes no cotidiano e nas situações existenciais de grupos e segmentos de audiência são discutidos a fim de se perceber como os signos comunicados pelos emissores chegam até as audiências e atendem suas expectativas: “*los factores mediadores que explicam la relación de la audiencia com la televisión*” (FUENZALIDA, 2005, P. 10).

Outro viés de estudo presente na atualidade e desenvolvido pelo próprio Martín-Barbero são os processos mediadores presentes na relação televisão e política os quais transformaram a trama política em “trama cultural e comunicativa da

política” em que os processos participativos da democracia partem dos elementos simbólicos da comunicação massiva. A televisão dá à política o “eixo do olhar”, por meio do qual ela invade o cotidiano das pessoas e reintroduz “em seu discurso a corporeidade, a gestualidade, isto é, a materialidade significante de que se constitui a interação social cotidiana” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 15. *grifos do autor*).

Outra linha de pesquisas tem discutido as redes de tramas e referências trabalhadas nos conteúdos midiáticos e como afetam e reconstróem as sociabilidades destacando personagens envolvidos e as situações vividas por eles na trama. Assim, estudos sobre mediação cognitiva na publicidade audiovisual e investigações sobre as mediações interculturais a partir de processos migratórios reafirmam a capacidade plural de aplicação da teoria da mediação social de forma transdisciplinar e confluyente para a construção de uma concepção *multidisciplinar e multimetodológica* que contemple problemas sócio-históricos concretos nos contextos complexos da sociedade informacional em que vivemos.

Penso oportuno encerrar por ora com o otimismo de pesquisadores como Maldonado (2008): “Alegramo-nos ao reconhecer um pensamento forte que soube e sabe construir e reformular-se com vitalidade dialética do compromisso essencial com a humanidade, a vida, a solidariedade, a liberdade e a justiça”.

As grandes contribuições destas pesquisas se dão no âmbito de nossas próprias práticas como professores, estudantes e profissionais de Comunicação e do nosso olhar para o mundo, para o outro. Culpar os sistemas midiáticos e denunciar a ação perniciososa dos mídia não contempla o complexo espectro de relações de referência que sobressaem das realidades e transfiguram nos meios. Assim, quanto mais plurais e mais complexas, menos podemos afirmar a lógica do domínio e da manipulação.

Referências

BARROS, Laan Mendes. *Os meios ou as mediações? Um exercício dialético na delimitação do objeto de estudo da Comunicação*. *Líbero*, v. 12, n. 23, p. 85-94, jun. de 2009.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo/SP: UMESP, 2004.

BERGER, Christa (2008): “De São Paulo a Madrid. Das mediações à mediação”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 2, primer semestre de 2008, pp. 3-12. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid. Disponível em: <http://www.ucm.es/info/mediars>. Acesso em março de 2013.

DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Vol. 1: *Artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DOIMO, Ana Maria. **A vez e a voz do popular. Movimentos sociais e participação política no Brasil pós-70**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará/Anpocs, 1995.

FUENZALIDA, V. **Expectativas educativas de las audiencias televisivas**. Bogotá, Colômbia: Grupo Editorial Norma, 2005

GIRARDI, I.M.T.; SCGWAAB, R.; MASSIERER, C.; LOOSE, E.B. *Caminhos e descaminhos do jornalismo ambiental*. *Comunicação & Sociedade*, v. 34, n. 1, julho a dezembro de 2012, p. 131-152.

JACKS, N.A.; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. 1ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

MALDONADO, A. E. *Confluências epistemológicas: teoria da mediação social de Martín Serrano e pensamento crítico transformador latino-americano*. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. X, n. 3, Sep. – Dic. / 2008. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>>. Acesso em fevereiro de 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Polito, Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 6ª edição, 2009

_____; REY, Germán. **Os exercícios do ver. Hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. 2ª edição. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MARTÍN SERRANO, Manuel. *A comunicação na existência da humanidade e de suas sociedades*. Matrizes, Ano 3, nº 1, agosto a dezembro de 2009, pp 11-20

_____. *La mediación social*. 2ª ed. Madrid: Akal, 1978

MARTINO, L. C. *Elementos para uma epistemologia da Comunicação*. In Hohlfeldt, A., Martino, L., França, V. (orgs) **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MATTERLART, Armand; Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999

MENESES, V. D. *Meio ambiente e televisão: um perfil da programação regional aberta no Brasil*. Comunicação & Sociedade, v. 34, n. 1, julho a dezembro de 2012, p. 57-81.

_____. **Cenário da programação de televisão regional aberta no Brasil: desafios e perspectivas**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa

de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2010,366f.

OROZCO GÓMEZ, G. **Televisión, audiencias y educación**. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma, 2001.

8.

O “Estar-Junto”: da comunidade ao neotribalismo

EDNA DE MELLO SILVA
FREDERICO PALLADINO

Introdução

A segunda metade do século XX constitui um marco de profundas transformações sociais. Com o avanço da tecnologia e o abandono de antigos conceitos, os valores da sociedade mudaram intrinsecamente. Essa nova era, chamada de pós-moderna, vem da saturação do mecanicismo característico da modernidade, que buscava incessantemente o progresso de forma puramente racionalizada, promovendo a valorização do indivíduo e seu consequente isolamento. A sociedade pós-moderna, dessa forma, mostra uma grande despreocupação com a ordem e a manutenção das grandes instituições, visando somente o imediatismo, o prazer instantâneo. Trata-se de uma reconfiguração que afeta diversos campos, como o político, o econômico e o cultural.

Nesse sentido, os modos de se relacionar do homem sofreram também grandes modificações. Vindo de uma lógica

de massa, onde prevalecia o isolamento do indivíduo e sua completa homogeneidade com os demais, o homem buscou reconfigurar suas relações, se dividindo em pequenos grupos dentro da massa, baseando-se em valores emocionais, com o objetivo de se diferenciar do resto da sociedade.

Trata-se de um resgate dos valores comunitários, que haviam sido abandonados pelo modernismo. Mas não se trata simplesmente do retorno da lógica comunitária. Na era pós-moderna, o conceito de comunidade sofre diversas modificações. Antigamente, a comunidade constituía um grupo que prevalecia sobre o indivíduo, onde este atentava para a permanência e manutenção de sua comunidade e para o bem coletivo. Hoje, a comunidade constitui um agrupamento de pessoas em torno de diversos símbolos de identificação. Nela, não se prima a continuidade ou a manutenção, seus participantes objetivam primeiramente sua satisfação e a definição de suas identidades.

No pós-modernismo, o homem é caracterizado por uma grande crise de identidade, percebe-se nele uma busca constante pela construção da mesma. É por isso que o homem passa a se reunir em torno de símbolos que representem alguma identificação. São as “comunidades-cabide” de Bauman (2003), que servem primeiramente como apoio para o indivíduo na sua busca de diferenciação. Com o fortalecimento desses símbolos, ganha força na pós-modernidade a cultura de massa no cinema, na música e também através do consumismo. Tudo representa um modo de se diferenciar.

É nesse contexto que surge o conceito de neotribalismo, que se refere ao fenômeno de reagrupamento que se observa na pós-modernidade (MAFFESOLI, 2010). A utilização desse termo se justifica pelo ressurgimento dos valores da época das tribos, que constituíam pequenos grupos fechados e distintos entre si, que, nas sociedades tradicionais, se caracterizavam muito mais pelos laços familiares e emocionais do que pelo aspecto político.

No neotribalismo, as tribos caminham pelas cidades, fazendo uso de diversos símbolos, vestuários, comportamentos etc. Trata-se somente de um momento de união em torno de valores afins. O que motiva o neotribalismo é o grande desejo de “estar junto” (MAFFESOLI, 2010). O que caracteriza o neotribalismo é a sua constante lógica de descompromisso e dispersão.

Dentro dos valores do pós-modernismo, um fator de transformação que merece destaque é o surgimento das redes sociais da *internet*, que abre um novo leque de possibilidades no que diz respeito a relacionamentos e comunicação. Seu crescimento veloz afeta vários segmentos da sociedade, constituindo-se como um particular objeto de estudo desse novo panorama de relacionamento em grupos e de formas de interações entre os usuários da *web*.

Comunidade: caminhos e contextos

A partir da organização da família e do sistema de trocas simbólicas, é possível pensar nas sociedades tradicionais como alicerces para padrões de vida comunitária que persistem até hoje. Pelo fato do homem estar inserido em um grupo desde seu nascimento, no núcleo familiar biológico, ou em substituição deste, em outro grupo que assuma a responsabilidade de sua orientação até a idade de lutar sozinho por sua sobrevivência, é impossível pensar em um grau zero de vínculo com a comunidade na vida humana.

Cada época, cada grupo, cada associação de pessoas se organizaram frente às necessidades próprias, criando leis que regulem a convivência mútua. O princípio de vida em grupo acompanha o homem desde as sociedades mais remotas, mesmo antes de sua fixação e do abandono do nomadismo. Nas sociedades tradicionais, a tribo era formada por uma constelação de comunidades e as relações entre

elas. Quando a tribo passava por escassez de alimentos era comum que seus membros se solidarizassem até o ponto de não comprometerem a subsistência de sua própria família.

Atingidas pelo declínio das reservas de alimentos, é comum que as sociedades tribais enfrentem o perigo com uma intensificação da solidariedade comunal e cooperação econômica. As pessoas ajudam umas às outras como podem e, durante a escassez, a reciprocidade generalizada é estendida além de sua esfera social normal. No entanto, se a escassez revela-se prolongada e severa, a estrutura da solidariedade pode ser incapaz de suportar a pressão: na crise final o grupo doméstico acentua seus interesses próprios e pessoas que tinham compartilhado comida nas primeiras fases do desastre apresentam agora indiferença para com a situação dos outros, e se não apressam a queda mútua com barganha, chicana e roubo. (SAHLINS, 1970, p. 133)

Eram ainda as possibilidades de alianças, por meio do matrimônio, que possibilitariam as trocas entre os diversos grupos sociais. Nessas sociedades, a comunidade seria formada por cada grupo familiar. A estrutura central, na modalidade matriarcal, era formada pelos descendentes e parentes laterais do lado da filha dada em casamento, e na modalidade patriarcal, a família agregava as esposas dos filhos e seus descendentes.

Em vista do exposto, é possível inferir que a noção de comunidade existe desde as sociedades mais antigas, nos modos mais primários de relacionamento do homem. Isso porque a comunidade se fundamenta em valores subjetivos como solidariedade, compartilhamento e afeto. Para Bauman (2003, p.15), esse entendimento se dá de forma instintiva, sem objetivos específicos, de modo que atendendo aos

valores da comunidade, “as pessoas permanecem essencialmente unidas a despeito de todos os fatores que as separam”.

Para Heller (2000, p. 68), de modo geral, as comunidades tiveram dois momentos distintos historicamente. O primeiro diz respeito às sociedades medievais em que o exercício político da cidadania estava ligado a direitos hereditários, ou seja, caso um indivíduo nascesse numa família de nobres, (ele) seria um senhor ou se nascesse na família de artesãos, (ele) seria um artesão. A mobilidade social praticamente era inexistente, já que eram incomuns casamentos entre classes sociais distintas. Heller (2000, p. 68) chama esse tipo de sociedade de *comunidade natural*: “aquela em que a posição social do indivíduo, as possibilidades de desenvolvimento de sua individualidade e a hierarquia de valores estão determinadas pelo local e momento do nascimento”. Esse tipo de comunidade teria perdurado até o advento da Revolução Francesa, quando as ideias de lugar e pertencimento ligados ao nascimento serão substituídas pelo ideal de liberdade pessoal. Heller chama (2000, p.76) de *comunidades construídas*, as surgidas com a burguesia, em que os indivíduos interagem por escolha própria em torno de objetivos comuns:

A libertação do poder da sociedade permite-lhe converter de modo explícito seus interesses privados em motor das ações do individualismo, para os quais o chamado ‘interesse geral’ – o progresso – da sociedade realiza-se através da perseguição dos interesses privados.

A comunidade favorece a liberdade pessoal na medida em que desenvolve perspectivas que percebem, interrogam e dão respostas à realidade representada pelo indivíduo fora de si mesmo. Heller (2000, p. 80) enfatiza que “o homem torna-se indivíduo na medida em que produz uma síntese em seu

Eu, que transforma conscientemente os objetivos e aparições sociais em objetivos e aspirações particulares de si mesmo e em que, desse modo ‘socializa’ sua particularidade.”

Bauman (2003) coloca dois termos que vêm ao encontro dessa dinâmica, o autor fala de um “sentimento recíproco vinculante”, que trata de uma natureza cooperativa da comunidade, e fala também de uma “obrigação fraterna de partilhar as vantagens entre seus membros”. Essas colocações ilustram apropriadamente os valores comunitários, baseados em um laço de cooperação e convivência.

No entanto, no decorrer da história, a concepção de comunidade foi alvo de diversas controvérsias, pois essa forma pura de solidariedade foi presente somente nos primórdios, pois como afirma Braick e Mota (1998), com o passar do tempo, o homem foi aperfeiçoando as formas de produção, o que gerou uma diminuição do número de homens necessários para trabalhar na lavoura, caça e pesca, resultando na ociosidade de alguns membros do clã, além de um excedente de produção, princípio do desperdício. Segundo os autores, tudo isso proporcionou uma ascendente separação do trabalho manual e intelectual. Para eles, com o “surgimento de grupos especializados em administrar a produção e outros voltados à defesa da terra por meio das armas. Ambos eram sustentados pelo trabalho dos produtores: as diferenciações sociais nas comunidades se acentuavam” (BRAICK; MOTA, 1998, p.6).

A convivência em comunidade pressupõe o estabelecimento de regras de conduta e controle para a manutenção do grupo. Neste sentido, tanto a produção quanto o consumo de bens devem ser comuns a todos, ou seja, comunitários. O que ocorre é que o sistema de acumulação de riquezas impede que a distribuição de renda seja equitativa entre os membros de um mesmo grupo. Da mesma forma, o direito à propriedade defende os interesses de quem possui algum bem e por outro lado, não garante o acesso a um bem, àquele

que porventura ainda não o possui. Por causa desse paradoxo entre o ter e o ser, tornou-se impossível pensar numa comunidade em que todos os interesses individuais e pessoais estejam contemplados. O interesse coletivo deve estar acima dos interesses individuais no sistema comunitário.

Como foi visto, comunidade remete a uma estrutura restrita, um grupo fechado e solidário consigo mesmo, que prima pelos valores do coletivo em detrimento dos valores individuais. Soma-se a essa visão a característica que a comunidade tem de ser homogênea. Bauman (2003) fala em mesmidade. Dialogando com autores consagrados sobre o assunto, como Tönnies, Bauman (2003) mostra como o hábito comunitário é comodista, pouco questionador, e ainda, para definir sua existência, a comunidade busca se distinguir de outros grupos:

Robert Redfield concordaria com Tönnies que numa verdadeira comunidade não há motivação para a reflexão, a crítica ou a experimentação; mas apressar-se-ia a explicar que isso acontece porque a comunidade é fiel à sua natureza (ou a seu modelo ideal) apenas na medida em que ela é distinta de outros agrupamentos humanos (é visível ‘onde a comunidade começa e onde ela termina’), pequena (a ponto de estar à vista de todos seus membros) e auto-suficiente (de modo que, como insiste Redfield, ‘oferece todas as atividades e atende a todas as necessidades das pessoas que fazem parte dela. A pequena comunidade é um arranjo do berço ao túmulo’) (BAUMAN, 2003, p.17).

Compreende-se então, que um dos fundamentos de existência de uma comunidade é uma estabilidade inquestionável, uma homogeneidade que gera um sentimento de pertencimento e identidade. E foi justamente sofrendo ataques a essa estabilidade que a comunidade se enfraqueceu, mas antes de

aprofundar sobre a forma como se deu esse enfraquecimento, é importante compreender a dinâmica oposta, a da sociedade.

A sociedade é, em sua natureza, uma estrutura mais ampla do que a comunidade, trata-se de um agregado de povos, grupos, cidades e nações, que se submetem a um acordo social, onde existem regras primas para seu funcionamento. Devido a sua amplitude, a sociedade se caracteriza de forma completamente diferente, com valores muito menos solidários e com uma frieza peculiar, longe da afetividade comunitária (Bauman, 2003). Paiva (2003) destaca que prevalece na sociedade a vontade individual, de forma que a noção de coletivo torna-se completamente sobreposta pelas necessidades particulares. Essa tendência não é surpresa, tendo em vista o surgimento das massas, que funcionam sob a dinâmica da não interação e do individualismo.

Compreendendo então a diferença entre comunidade e sociedade, e observando o comportamento e as transformações da sociedade pós-moderna, é possível entender as mudanças na lógica comunitária. Na corrida cotidiana, que nos impele sempre a tomar decisões e a adotar caminhos, um campo estável e afetivo parece um bom porto seguro. Termo interessante adotado por Bauman (2003) é o de “comunidades-cabide”, que designa justamente uma forma segura de relações que fortalece o indivíduo na sua busca pela construção de identidade. Segundo o autor, essa lógica baseia-se na quantidade numérica. O indivíduo inseguro e indeciso tenta se aliar a um grupo maior que partilhe de uma mesma linguagem, tentando assim, através da representatividade numérica, afirmar sua identidade e suas convicções. O autor afirma que “saber que não estamos sós e que nossas aspirações pessoais são compartilhadas por outros pode conferir segurança” (BAUMAN, 2003, p.60).

É dentro dessa tendência de resgate do afeto, do subjetivo, do solidário e do reagrupamento em pequenas

instâncias, que surge a ideia de neotribalismo, adotada por Michel Maffesoli (2010) que abordaremos a seguir.

Características do neotribalismo

O sociólogo francês, Michel Maffesoli, é um dos estudiosos que mais defende o neotribalismo. Enquanto alguns autores hesitam em afirmar sua força no mundo atual, ou mesmo veem de forma cética as mudanças que ele possa proporcionar, Maffesoli realiza um forte aprofundamento dentro dos fenômenos que considera neotribais e destaca, senão benefícios, uma certa beleza no ideário dessas novas tribos, defendendo o neotribalismo como uma característica irrefutável da sociedade pós-moderna.

Mas primeiro, porque neotribalismo? Como foi visto, nas sociedades tradicionais existia uma dinâmica comunitária onde prevalecia, acima dos interesses particulares, o bem coletivo. Os membros daquelas comunidades primavam pela estabilidade e continuidade de seu grupo, desconsiderando o benefício próprio, como a propriedade particular. Além disso, o laço que uniam aquelas tribos era muito mais afetivo, emocional, do que político. Dentro dessa lógica, entende-se a socialidade pós-moderna como um resgate de alguns desses valores. Mais uma vez, saturado do progressismo da modernidade, o indivíduo volta a valorizar o agrupamento afetivo primando, também, pelo coletivo (MAFFESOLI, 2010). Esse sentimento coletivo acontece porque novamente é valorizado o papel que o indivíduo em determinado grupo, trata-se de um processo de desindividualização e de recomunitarismo.

Além disso, o uso do termo neotribalismo, o novo tribalismo, semelhante ao tribalismo pré-histórico, justifica-se também pelas atitudes de alguns grupos urbanos, ou tribos

urbanas, da atualidade. Magnani (1992) coloca bem esses dois fatores, quando afirma que a ideia de tribo:

Trata-se de um pacto que aciona lealdades para além dos articularismos de grupos domésticos e locais. [...] Quando tribo é empregado como uma metáfora pode-se dizer que evoca – primitivo, selvagem, natural, comunitário – características que se supõe estarem associadas, acertadamente ou não, ao modo de vida de povos que apresentam, num certo nível, a organização tribal (MAGNANI, 1992, p.3).

Por isso, Maffesoli (2010) refletiu profundamente sobre o assunto, desenhando o caminho que, de acordo com sua perspectiva, a sociedade seguiu até os dias de hoje. O autor propõe um novo tipo de relação que se desenvolve dentro das massas. Se antes a massa constituía um grande número de pessoas sem qualquer interação, completamente expostos aos mesmos estímulos e individualizados de tal forma que negavam ferrenhamente o coletivo, primando por suas necessidades particulares e seguindo uma lógica econômica e desenvolvimentista, agora a massa é constituída de seus microgrupos, que seguem dinâmicas bem distintas. Trata-se do fim do individualismo nas massas (MAFFESOLI, 2010). O autor fala em uma transição da ordem política para a ordem da fusão:

Enquanto a primeira privilegia os indivíduos e suas associações contratuais e racionais, a segunda vai acentuar a dimensão afetiva e sensível. De um lado está o social, que tem uma consistência própria, uma estratégia e uma finalidade. Do outro lado, a massa em que se cristalizam as

agregações de toda ordem, tênues, efêmeras, de contornos indefinidos. (MAFFESOLI, 2010, p. 126 - 7)

Essa fusão sensível trata-se de uma nova forma de relacionar-se, mais livre, para a elaboração dos laços sociais. Na antiga massa do indivíduo isolado, solitário, o acordo social era pré-estabelecido e resistente. Para Maffesoli (2010, p. 127), a fusão da comunidade pode ser desindividualizante, não há uma “presença plena no outro”, mas uma relação quase sensorial, táctil, em que os indivíduos se cruzam, se roçam e estabelecem relações. Diz ele:

Essas relações tácteis, entretanto, por meio de sedimentações sucessivas, não deixam de criar uma ambiência especial: exatamente o que chamei de *união em pontilhado*. Para ajudar nossa reflexão, proponho uma imagem: na sua origem, o mundo cristão é uma nebulosa de pequenas entidades esparsas por todo o Império Romano. Do fervilhamento assim induzido emana, então, essa linda teoria da “comunhão dos santos”. [...] podemos imaginar que hoje estejamos confrontados com uma forma de “comunhão de santos”. As mensagens por computador, as redes sexuais, as diversas solidariedades, os encontros esportivos e musicais são todos indícios de um *ethos* em informação. É isso que delimita esse novo espírito do tempo que podemos chamar de socialidade. (MAFFESOLI, 2010, p. 128)

Diante de sua perspectiva, o tipo de agrupamento e atomização promovidos pelo neotribalismo só é possível pela lógica da massa, ou seja, pela sua amplitude e pela sua tendência justamente contrária, de anulação e isolamento do indivíduo. Segundo Maffesoli (2010),

é dentro do quadro homogêneo proporcionado pela massa, que se desenha essa nova figura social:

[...] Vemos a constituição de uma rede mística, com fios mais sólidos, que permite falar do ressurgimento do cultural na vida social. Eis a lição essencial que nos dão essas épocas de massas. Épocas como estas se apoiam principalmente na concatenação de grupos com intencionalidades estilhaçadas, mas exigentes. É isso o que proponho chamar de reencantamento do mundo. (MAFFESOLI, 2010, p.144).

É dessa forma que Maffesoli enxerga com otimismo o fenômeno tribalista. Apesar da desorganização e instabilidade colocada pelo tribalismo, o autor vê um resgate dos valores primitivos e subjetivos que, para ele, proporciona esse “reencantamento do mundo”, ou seja, traz à tona valores sentimentais esquecidos pela era desenvolvimentista ocasionada pelo modernismo e positivismo.

Com o objetivo de definir melhor as mudanças nos modos de se relacionar na sociedade pós-moderna, Maffesoli destaca o conceito de socialidade, diferenciando-o do social comum, frio. Para ele, o social representa o sistema onde o indivíduo tem uma função, imutável, que pode estar na estrutura de “um partido, de uma associação, de um grupo estável”. Enquanto que a socialidade representa a variedade de papéis desenvolvida pela “*persona*” nas diversas tribos em que participa, pois ele vai “de acordo com seus gostos (sexuais, culturais, religiosos, amicais) assumir o seu lugar, a cada dia, nas diversas peças do *theatrum mundi*” (MAFFESOLI, 2010, p.132).

Essa colocação sobre socialidade da abertura para entender as principais guias do neotribalismo. Mesmo remetendo ao tribalismo clássico, o neotribalismo apresenta diferenças significativas. E não poderia ser diferente, considerando a

conjuntura atual. É fato que o que motiva o indivíduo a se comportar dessa forma tribal, é a atração que ele sente pelo sentimento e dinâmica comunitários. No entanto, estando saturados da organização social anterior, tampouco agora o indivíduo busca obrigações, nem se preocupa com o bem-estar de sua comunidade. Trata-se mais de uma procura pelas sensações comunitárias, onde o que realmente importa é o “estar-junto” (MAFFESOLI, 2010). Como afirma o autor, “o estar-junto é um dado fundamental. Antes de qualquer outra determinação ou qualificação, ele consiste nessa espontaneidade vital que assegura a uma cultura sua força e sua solidez específicas” (MAFFESOLI, 2010, p.141).

Essa visão imediatista atribuída ao neotribalismo abre portas para uma série de características que serão abordadas a seguir. Como se percebe, as comunidades afetivas se dão de forma despreocupada e livre, cultuando o agora. Dessa forma, compreende-se o descompromisso da nova tribo, e diante dele, surgem princípios importantíssimos para a compreensão do neotribalismo. Entendendo que a tribo se abstém de qualquer missão social ou política, percebemos que a sua formação não se dá em torno de uma identidade única, nacional, mas sim em torno de sinais de identificação. Pessoas se agrupam por observarem determinadas afinidades em seus gostos.

Diante dessa colocação, existem dois pensamentos distintos que cabem aqui serem desenvolvidos. O primeiro se refere a esses traços de identificação. Com o objetivo de criar sua identidade, e buscando nos microgrupos reafirmar a mesma, os traços que aproximam as pessoas são profundamente simbólicos, desencadeando uma lógica que Maffesoli chama de trágica, e que vamos abordar mais adiante. O segundo pensamento remete à multiplicidade e instabilidade das tribos, o que se deve ao fato de a formação de identidade ser profundamente constante e inalcançável, e evidentemente se deve também à infinidade de traços de identificação que podem formar uma tribo.

Se o homem segue uma constante busca por itens que sirvam de traços de afinidade com outras pessoas, resultando na formação de um grupo, não faltam símbolos dos quais ele pode dispor para desenhar essa afinidade, essa aproximação. Esses símbolos geralmente giram em torno de traços culturais, que na pós-modernidade, se refletem na música, na moda, no consumismo ou no comportamento de forma geral. Diferente das comunidades tradicionais cujos membros partilham os mesmos costumes e gostos por várias gerações, no tribalismo moderno os encontros são mais efêmeros: “De fato, ao contrário da estabilidade induzida pelo tribalismo clássico, o neotribalismo é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão” (MAFFESOLI, 2010, p.132).

Maffesoli (2010), sobre a formação de um “*ethos* comunitário”, fala de uma “subjetividade comum, paixão partilhada”, e é pelos símbolos que as pessoas se “apaixonam”, como um estilo, uma banda, etc. É pela superficialidade própria desses traços de identificação que Maffesoli considera a socialidade e o neotribalismo trágicos. Diferenciando esse tragicismo da organização social moderna, ele explica que “nunca será demais insistir: à autenticidade dramática do social corresponde a trágica superficialidade da socialidade” (MAFFESOLI, 2010, p.133).

É importante destacar que o termo trágico usado pelo autor não deve soar como negativo, como algo ruim. Maffesoli (2010) utiliza o termo falando na instabilidade do neotribalismo. Se sua dinâmica se baseia em itens superficiais que estão em constante mutação, é inevitável perceber que o tempo de vida de uma tribo é curto, ou que ela sofre mutações com o tempo. Segundo o autor, “a socialidade e o tribalismo que a constitui são essencialmente trágicos: os temas da aparência, do afetivo, do orgiástico indicam todos a finitude e a precariedade” (MAFFESOLI, 2010, p.136).

Essa tragédia desenhada por Maffesoli remete ainda ao segundo pensamento, da instabilidade e multiplicidade das tribos. Como foi visto, a tribo não objetiva permanência ou crescimento, trata-se de uma agregação para celebrar o presente baseado em sentimentos subjetivos, considerando ainda pequenos traços de identificação. Diante disso, é visível que um mesmo indivíduo pode integrar diversos grupos completamente distintos, pois ele pode se identificar com infinitos símbolos de cada um desses grupos.

Diante da multiplicidade de tribos e das centenas de símbolos de identificação, o indivíduo é levado a usar “máscaras” em cada um dos grupos a que pertence. Essas máscaras são justamente o que o indivíduo utiliza para se representar dentro de determinado grupo, podendo ser uma “cabeleira extravagante ou colorida, uma tatuagem original” (MAFFESOLI, 2010, p.15). Fontanella e Prysthon (2004, p. 6) resumem bem a forma como a superficialidade do neotribalismo dá abertura ao uso das máscaras, ao afirmarem que “as atividades cotidianas triviais auxiliam a manter a coesão desses grupamentos, ao oferecer espaço para a representação desses papéis e para a formação de novas formas de solidariedade coletiva”.

Dentro dessa lógica do neotribalismo, não se pode esquecer da tecnologia e das redes sociais. Fontanella e Prysthon (2004, p.5) vão mais longe, ao afirmarem que “as pessoas que participam dessa rede de relacionamento, gastando horas em flanando virtualmente através de comunidades e perfis, dedicam-se a uma grande celebração do ‘estar-junto’”.

Nessa perspectiva, as redes sociais da *internet* constituem-se como um campo fértil para a manifestação da socialidade e do neotribalismo. E é nessa ótica que propomos uma reflexão sobre o *Facebook*.

Reflexões sobre as redes sociais na *internet*

As ideias defendidas por Maffesoli sobre o tribalismo moderno possibilitam diversas pesquisas no campo na comunicação. A título de reflexão, apresentamos algumas discussões sobre as possibilidades das redes sociais na *internet* vistas sob a ótica do neotribalismo.

O Facebook foi um sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg em 2004, tendo como público alvo os alunos que estavam saindo do ensino médio e os que já estavam na universidade. O projeto inicial era criar uma rede de contatos para o universitário que estava no momento de transição do ensino médio para o ensino superior, que nos EUA representa muitas vezes uma mudança do estudante para outra região do país e a saída da casa dos pais.

Atualmente, o Facebook é a maior rede social do mundo com mais de 900 milhões de usuários. No Brasil, em abril de 2011 o número de usuários do Facebook era estimado em 17,9 milhões, e no final de 2012 este número chegou a 29,7 milhões, levando o país a ocupar o segundo lugar no ranking mundial de usuários, atrás somente dos EUA (CONGO, 2013).

Para fazer parte do Facebook o usuário precisa cadastrar-se, podendo para isso utilizar sua conta de e-mail. O sistema funciona através de perfis e comunidades. Em cada perfil, o usuário pode identificar-se com foto, listar suas preferências e dados que definam sua trajetória profissional e de formação acadêmica. É possível também criar grupos (comunidades) e registrar eventos, bem como convidar amigos para participar. Por ser uma rede social de acesso restrito, somente os usuários cadastrados podem ter acesso à rede e ver o perfil uns dos outros. Existem também mecanismos para dar privacidade às informações que o usuário não deseja compartilhar com todos.

A dinâmica da caixa “Status” do Facebook é muito interessante para nossa análise. Nela, o usuário é convidado a postar a resposta à pergunta: “No que você está pensando?”. Neste espaço, o usuário pode manifestar-se com toda liberdade, falar de suas experiências pessoais, compartilhar fotos ou imagens da rede, mensagens, etc. É possível inclusive citar o perfil (identificação) de outros membros da rede na mesma pessoal. Por sua vez, o outro membro da rede que acessa a postagem deste usuário tem a oportunidade de curtir, comentar e compartilhar o que foi postado.

Essa troca de experiências na rede permite que o mesmo usuário tenha ao mesmo tempo diversos momentos de participação em grupos com os quais seus vínculos afetivos são diferenciados. Em sua rede podem estar amigos de infância, familiares, colegas de trabalho de diferentes empresas, empresas com as quais faz negócios, pessoas que só conhece virtualmente, amigos de amigos... Todos que postarem aparecem na página inicial do usuário e este vai ter a opção de manifestar-se a respeito de cada uma destas postagens.

Nada parece sintetizar melhor o neotribalismo, seus vínculos fluidos e fugazes do que a ideia do “curtir” (like) do Facebook. O “curtir” pode significar uma adesão momentânea a uma ideia, uma causa, uma pessoa, uma crítica, um ato de solidariedade. Pode significar também um apoio, um reconhecimento a quem está postando o conteúdo ou a quem ele faz referência. De toda sorte, ao final tudo se resume ao número de curtidas que a postagem obteve, que também será efêmero pois aos poucos será substituído por uma nova postagem. Por outro lado, para quem postou o conteúdo, resta um sentimento de pertencimento a um grupo, de estar agregado a outros que pensam como ele.

É possível perceber o movimento do neotribalismo também no surgimento de grupos privados. Ao criar um grupo, o usuário pode convidar outros membros de sua rede a participar

dele, porém a alimentação desse grupo vai depender que todos estejam engajados num processo de cooperação. Sem interesse em comum, sem cooperação mútua, não há grupo. Nas palavras de Maffesoli (2010) é necessário um *ethos* comunitário. A manutenção do grupo depende da participação de seus membros, porém pela própria característica da efemeridade que cerca nossos tempos, muitos estão fadados a ter uma vida curta ou se reconfigurarem com outros membros ou novas preferências.

Diante do número de possibilidades de interação entre os usuários do Facebook é fácil perceber que as manifestações de neotribalismo podem assumir características diversas. Seja por meio de postagens de fotos, dos jogos, do compartilhamento de conteúdos ou dos grupos, os usuários podem apresentar suas preferências, sem a necessidade de um comprometimento maior de adesão do que um clique na tecla do computador, do celular ou do tablet. É o “estar-junto” de que fala Maffezoli (2010).

Considerações finais

Com o decorrer da era moderna e o surgimento das grandes sociedades urbanas, das massas, ocorreu uma transfiguração da dinâmica comunitária. O grupo fechado e solidário deu lugar a um aglomerado de pessoas agrupadas por afinidades, buscando reforçar suas identidades. Logo, o que se busca em uma comunidade hoje em dia, ainda é o sentimento de pertencimento e solidariedade, mas não visando um modo de vida, mas sim uma resposta à altura da pressão social colocada pelo consumismo e pelas exigências da pós-modernidade.

No contexto atual, o que se busca cada vez mais é o religamento, o estar-junto, o agrupamento para fortalecer-se em meio à massa e a constante sensação de prazer, a satisfação momentânea. Nesse sentido, o Facebook permite de forma simples a união em grupos diversos, além da

manutenção e valorização da identidade, tudo isso baseado na instabilidade e imprevisibilidade do neotribalismo. Os usuários entram e saem das comunidades a qualquer momento, e da mesma forma, atualizam seus perfis, refletindo suas novas concepções do “No que vc está pensando?”.

Quando se percebe a multiplicidade de gostos que formam uma identidade, sempre provisória, de uma pessoa, e se associa esse fato à integração e rotatividade permitidas pelas rede sociais no ciberespaço, percebe-se uma centena de pontos (comunidades) ligados uns aos outros, formando uma grande teia de pequenos grupos, pequenos ideais. Uma rede integrada de agrupamentos, comunidades. Essa é a essência do tribalismo moderno.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade:** a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BRAICK, Patrícia Ramos; MOTA, Myriam Becho. **História:** das cavernas ao terceiro milênio. São Paulo: Moderna, 1998.

FONTANELLA, Fernando Israel; PRYSTHON, Angela. **Trocando figurinhas:** sobre Orkut, frivolidades, neotribalismo e flânerie. In: Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (CD-Rom), 2004.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a História.** São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Tribos Urbanas:** metáfora ou categoria? Disponível em: < <http://www.n-a-u.org/Magnani.html> > Acesso em: 21 jan 2013.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum:** Comunidade, Mídia e Globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

SAHLINS, Marshall. **Sociedades tribais.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1970.

CONGO, Mariana. **Um terço dos brasileiros tem Facebook: País se torna o 2º em número de usuários.** <<http://blogs.estadao.com.br/radar-tecnologico/2013/01/23/um-terco-dos-brasileiros-tem-facebook-pais-se-torna-o-2o-em-numero-de-usuarios/>> Acesso em 23 jan 2013.

9.

Teoria Do Panóptico: Sorria, Você está sendo vigiado

MARIA DE FÁTIMA DE ALBUQUERQUE CARACRISTI¹

Introdução

Uma das teorias mais atuais e a que melhor representa a sociedade contemporânea teve início no século XVIII e, apesar do nome esquisito, tem um significado simples, vigília, falamos da teoria do panóptico.

A palavra “panopticon” foi usada por Jeremy Bentham, filósofo e jurista inglês que concebeu o panóptico (sistema de vigilância) no século XVIII; com um projeto arquitetônico de uma prisão para reformar encarcerados, acreditava ele que através da autovigilância seria possível conter a ação indesejada dos indivíduos pelo poder de um controle invisível.

1. Professora Adjunta do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins, aluna do programa de Doutorado do Instituto de Estudos Socioambientais (IESA) da UFG, email:mariaf@uft.edu.br

Geralmente quando nos referimos ao panóptico o filósofo francês Foucault aparece como representante dessa teoria. Foucault foi a principal fonte de conhecimento sobre o panóptico e o descreveu no capítulo do livro “Vigiar e punir”, levando em conta que a intenção do panóptico não era meramente de recuperar as pessoas mas impor o poder sem a utilização da violência explícita.

Em outra obra “A microfísica do poder”, Foucault aponta o panóptico como uma solução econômica, mais barata, para que exista o controle social, contando que os indivíduos estão todos mergulhados numa sociedade cada vez mais complexa e onde as relações de opressão e de ganância pelo poder transformam as pessoas e as instituições.

Neste tópico o panóptico foi apresentado como um sistema para controlar não as pessoas presas ou os doentes em manicômio, mas para gerenciar as atitudes dos empregados nas indústrias da Inglaterra, surge como uma consequência administrativa para que o empregador obtivesse êxito sobre os empregados, geralmente desqualificados daquele século.

Da ideia inicial, gerir o comportamento e a conduta dos trabalhadores, para o emprego atual, a teoria do panóptico foi adquirindo maior sofisticação, principalmente porque tratava-se de uma estratégia de controle que levava em conta a fragilidade psicológica dos indivíduos que por ventura estavam submetidos a este controle sinóptico.

O Panóptico dos irmãos Bentham detém, ainda hoje, a responsabilidade por grande parte do pensamento moderno sobre as questões da vigilância e da teoria do poder que foram sendo amadurecidas e discutidas por outros filósofos e escritores, como Foucault (1987), Huxley (1969) e Orwell (1978).

Segundo Foucault (1979) Bentham confiava na força que um aparelho repressor invisível poderia operar nos indivíduos que se sabiam vigiados. Um dos exemplos desse sistema é o que milhares de espectadores acompanham no

programa Big Brother Brasil. Quando algumas pessoas são confinadas num único ambiente e ali nesse espaço reduzido e definido desenvolvem suas ações numa espécie de jogo, onde a vigília é realizada pela audiência que aprova ou desaprova o comportamento dos participantes, tem-se, na prática, a aplicação da teoria do panóptico.

Ao mesmo tempo essa mesma audiência é monitorada pelas câmaras dos supermercados e bancos, nos elevadores e lojas comerciais, nos cinemas e nos vários ambientes de lazer, nas ruas das cidades onde as câmaras estão em prontidão, vigiando todos os passos dos indivíduos com o objetivo de conter e inibir a violência ou os distúrbios sociais, configuram outra forma prática de exercitar o panóptico.

A maior parte dos textos que fazem menção ao panóptico e que foram escritos por Jeremy Bentham tinham o formato de cartas e observações do autor, esses mesmos manuscritos foram tratados no capítulo do livro de Foucault:

[...] As cartas que compõem o corpo deste tratado foram escritas em Crecheff, na Rússia, e dali enviadas à Inglaterra no ano de 1787, aproximadamente na mesma época que *A defesa da usura*². Elas foram endereçadas a uma pessoa particular, tendo em vista um estabelecimento particular (sobre o qual fui informado por intermédio de um jornal inglês), então sob consideração, sem qualquer intenção imediata ou muito determinada de vê-las publicadas. Se elas agora vêm à luz por intermédio da imprensa irlandesa é porque a atenção do público da Irlanda tinha sido

-
2. Defesa da Usura, publicado em 1787, e seu primeiro trabalho sobre economia. Disposto como uma série de cartas escritas na Rússia, Defesa da Usura revela Bentham como um discípulo de Adam Smith (1723-1790), mas um discípulo que insistia na aplicação lógica extrema dos princípios elaborados pelo fundador da economia política.

atraída pela observação feita, há não muito tempo, pelo Ministro do Tesouro de que havia uma disposição, por parte daquele governo, de fazer um teste do sistema penitenciário. (BENTAHM, p. 18)

Através da vigília os comportamentos das pessoas são disciplinados de uma maneira mais simples e econômica, dessa forma as instituições que governam podem evitar o indesejável, que seria a rebelião, a atitude contrária ao poder emanado pelo opressor ou pelo líder político.

Foucault (p. 120) diz que o comportamento disciplinar não se atinge de imediato é preciso a delimitação de espaços e o entendimento de que por trás do panóptico estão artimanhas e engrenagens “de aparência inocente mas profundamente suspeitos, dispositivos que obedecem a economias inconfessáveis” que corroboram para a domesticação das massas.

De onde surgiu o panóptico

A origem do panóptico é arquitetônica, trata-se de um projeto, um esboço de um desenho de um edifício institucional desenhado por Jeremy Bentham, no final do século XVIII.

A função principal desse modelo de edifício era ser uma prisão e o que havia de inovador é que o prédio deveria ser construído numa forma circular, permitindo assim a vigilância de um maior número de prisioneiros através de um menor policiamento e menor utilização de recursos administrativos, reduzindo os custos de manutenção da instituição prisional. A sua forma circular em torno de uma torre central de vigilância, permitia que os guardas vigiassem mais facilmente todos os prisioneiros nas suas celas, independentemente da posição

das mesmas, mas, ao mesmo tempo, impedia que os próprios prisioneiros tivessem uma visão da sala de controle, local onde se situaria o responsável pela vigília.

Segundo Bentham, a grande vantagem do panóptico residia no fato da observação (neste caso vigilância) poder ser efetuada mais facilmente sem que o prisioneiro soubesse se estava sendo ou não observado. Esta configuração atua ao nível físico, através da observação direta sem possibilidade de reciprocidade, mas, conseqüentemente, também ao nível psicológico, levando a uma conscientização no indivíduo da onipresença do olhar vigilante.

A ideia do Panóptico foi inicialmente mencionada pelo irmão de Bentham, Samuel, engenheiro civil, que tinha a vontade de construir um complexo industrial em formato circular que ajudasse a reduzir o número de supervisores necessários para controlar os trabalhadores sem qualificações e, assim, poupar nas despesas.

“tornar o exercício do poder o menos custoso possível (economicamente, pela parca despesa que acarreta; politicamente, por sua discrição, sua fraca exteriorização, sua relativa invisibilidade, o pouco de resistência que suscita); fazer com que os efeitos desse poder social sejam levados a seu máximo de intensidade e estendidos tão longe quanto possível, sem fracasso, nem lacuna; ligar enfim esse crescimento ‘econômico’ do poder e o rendimento dos aparelhos no interior dos quais se exerce (sejam os aparelhos pedagógicos, militares, industriais, médicos), em suma fazer crescer ao mesmo tempo a docilidade e a utilidade de todos os elementos do sistema.” (FOUCAULT, p. 191)

Bentham buscava que a ideia introduzida pelo panóptico fosse estendida a todo corpo social. A ideia foi continuada por Jeremy, mas pensada para aplicação em prisões, local

onde a vigilância é uma constante. Os primeiros esboços do Panóptico foram desenhados em 1786. Segundo Bentham a conscientização da vigilância onipresente confere um novo modo de obter o poder da mente sobre a mente, num grau nunca atingido até àquele momento.

A função do poder invisível

A função do poder exercido pretende prevenir o comportamento desviante, evitando o castigo e tem como base a autoaplicação do poder como resultado da conscientização individual de cada pessoa sujeita ao espaço interior do Panóptico.

É importante compreender que o poder é constantemente exercido, de uma forma coletiva, autoaplicada, não é exercido por uma única entidade, deixando, assim, de ser importante qualquer medição de poderes, mas sim o modo como atua e os efeitos que provoca nos prisioneiros. Os resultados produzidos são obediência, disciplina e conhecimento sistematizado da população prisional.

Bentham dedicou mais de vinte anos da sua vida a estudar o conceito do Panóptico, mas o Panóptico tão desejado por Bentham, a prisão na Inglaterra, nunca chegaria a ser construída, tornando-se num dos melhores exemplos da Teoria das Ficções³ do próprio Bentham.

O desenvolvimento da teoria do panóptico levou Bentham a investir experiências em vários países, notadamente com a

3. A teoria das ficções de Bentham fundamenta-se em uma análise da linguagem. “uma entidade fictícia [(fictitious entity)] é uma entidade à qual, apesar de lhe ser atribuída uma existência com base na forma gramatical do discurso empregado ao falar-se dela, não há na verdade e na realidade, sentido algum lhe atribuir existência”. (BENTHAM) in: Dicionário de filosofia.

intenção de disciplinar o comportamento dos trabalhadores de complexos industriais, nessa oportunidade os ingleses foram identificados como os trabalhadores mais problemáticos de todo o complexo industrial. “Eles eram preguiçosos, roubavam e causavam distúrbios entre todos os trabalhadores”. Sabendo que, em certa medida, o Panóptico não era muito produtivo ao nível do controle do treino dos trabalhadores foi utilizado então para controlar os treinadores desses empregados.

A Rússia foi na ocasião um dos países onde mais se construiu panóptico, nos fins do século XVIII, nada estranho, num lugar onde a natureza política que prevaleceu foi prioritariamente centralizadora, mediante a existência de czares, ao forte controle estatal ali identificado e a usurpação dos direitos democráticos.

A sociedade vigiada

A idealização do panóptico traz à tona umas tantas outras teorias adjacentes à ideia de controle e relacionada de maneira mais direta com a perspectiva de poder político. Uma delas é a “distopia” que seria o antagonismo da utopia. Na distopia o pensamento ou o discurso é baseado numa ficção contrário à utopia, ou poderia ser entendida como uma utopia negativa.

Se a perspectiva do panóptico nos parece algo distópico é bom lembrar que o termo originário da distopia é a utopia, e que foi cunhado por More, na obra “A utopia”. No livro More fala de um continente imaginado, inexistente, daí a relação que se faz de utopia com coisas que não existem.

Neste lugar a existência humana era perfeita, não havia fome nem pobreza, a divisão coletiva e democrática dos bens e serviços tinha por consequência o bem estar de todos. Já que o dinheiro não existia a economia se baseava no escambo.

Chauí (2010) relaciona o termo negativo que foi atribuído a utopia fazendo referência ao não lugar, algo distante

do lugar em que habitamos, o encontro com a alteridade absoluta. Na obra “A utopia”, de Morus, o autor faz referência a um continente imaginado que, na verdade, não existe. A palavra ganhou um sentido pejorativo. Por esse motivo, é comum chamarmos de utopia algo inexistente.

Distopias são frequentemente criadas como avisos ou como simulacros do devir natural, no caso da ficção as obras de George Orwell intitulada *1984*, escrita em 1948, ao que parece houve uma inversão dos números que compõem as décadas, são exemplos de sociedades onde o conceito de distopia se aplica perfeitamente.

Muito mais do que um sistema de monitoração e rastreamento, o livro “1984” de George Orwell ou o personagem o “Grande Irmão” revela muitas outras características da futura vida do cidadão global, espécie de relatos que põem em cheque a possibilidade de felicidade no mundo regido por homens.

“...A nossa (civilização) funda-se no ódio. Em nosso mundo não haverá outras emoções além do medo, fúria, triunfo e auto-degradação. Destruiremos tudo mais [...] cortaremos os laços entre filho e pai, entre homem e homem e mulher e mulher [...] no futuro não haverá esposas e nem amigos. As crianças serão tomadas das mães ao nascer, como se tiram os ovos da galinha [...] A procriação será uma formalidade anual como a revelação de um talão de racionamento [...] Não haverá amor, exceto amor ao Grande Irmão e ao Partido. Não haverá riso, exceto o riso de vitória sobre o inimigo derrotado. Não haverá nem arte, nem literatura, nem ciência. Quando formos onipotentes não teremos mais necessidade de ciência. Não haverá mais distinção entre a beleza e a feiúra. Não haverá curiosidade, nem fruição do processo da vida. Todos os prazeres concorrentes serão destruídos. Se queres uma imagem

do futuro, pensa numa bota pisando no rosto humano – para sempre...” (George Orwell – 1984).

O livro narra a história de Winston Smith e da capacidade do controle estatal, fundamentado na teoria do panóptico para incentivar a delação, promover o terror pelos castigos, a par de um sistema de vigília do partido político local.

A vida de um dos personagens, que é funcionário do governo é devastada após seu comportamento ser identificado como suspeito. Neste mundo era impraticável o amor, o sorriso diante da tele da vigília, o personagem é sucumbido pelo sentimento que se apossa dele para com a personagem Júlia.

Vigiado e monitorado passa a ser perseguido até ser tomado pelo partido que utiliza de todas as armas de tortura ali existentes como a prisão, a tortura e a humilhação, para debilitá-lo até ser morto pelo partido, devido aos maus tratos, a solidão, ao vazio existencial que se apodera dele, passando a assumir delitos que não cometeu.

O Grande Irmão sintetiza o poder do controle invisível, personagem chave e representante máximo do panóptico na obra de Orwell, o BB representa o controle do partido, que é representado pelo personagem, chamado O'Brien e quatro ministérios que são: O Ministério da Paz, Ministério do Amor, Ministério da Fatura e o Ministério da Verdade.

Toda essa estrutura controla os escolhidos e o povo (chamado de “os proles”). Os “proles”, por já estarem inseridos no sistema, raramente possuem uma tele-tela, aparelho que monitora a vida de cada cidadão do partido. A tele-tela pode ver o que cada cidadão faz da sua vida e também transmitir programas do governo.

O mundo do livro também é dividido em três blocos que são: Oceania (o bloco principal liderado pela Inglaterra), Eurásia e Lestásia. Para se manter no poder, a Oceania sempre está em conflito com um dos outros dois blocos.

A unificação dos povos acontece através de um idioma universal chamado de novilíngua. Esse idioma reduz as palavras para uma forma mais simples, por exemplo: O Ministério da paz é chamado em novilíngua de Minipaz. Outro objetivo da nova língua é fazer com que as palavras não tenham mais o seu sentido antigo, destruindo dessa forma o pensamento crítico.

Huxley (2009) também tem uma das obras que melhor enfatiza o sentido da distopia “Admirável mundo novo”. A narrativa se desenvolve no ano de 634 d.F (depois de Ford) sob o poder totalitário do estado científico. Não existem relações sexuais entre os seres humanos, pelo menos que seja para gerar as pessoas, essas nascem de proveta e assumem comportamentos pré-estabelecidos e ocupam lugares pré-determinados.

São considerados crimes a prática da monogamia, a constituição familiar e a privacidade de pensamento criativo, contudo, há a distribuição de uma droga institucionalizada pelo governo e os relacionamentos intensos entre homem e mulher são considerados anormais, bem como a paixão e a religião, mas a promiscuidade é moralmente obrigatória.

À guisa de conclusão

O interessante para os estudos de Comunicação é entender a relação que existe entre “o poder das sociedades disciplinares” como descritos por Orwell ou Huxley com a teoria do panóptico.

Essas obras importantes são evidentemente baseadas no modelo Panóptico de Jeremy Bentham (1748-1832), onde ver sem ser visto é em linhas gerais o motor de vigília que inibe a ação humana, exercendo sobre ela uma espécie de controle e evidentemente de domínio Na esfera inicial do panótico, alguém oculto e que é o responsável pelo sistema,

um diretor, ou uma pessoa do comando estabelecido em uma torre do alto, veria sem ser visto.

A possibilidade de ver sem ser visto é hoje recorrente nas metrópoles dos grandes países, com a intenção, também de vigiar o cidadão comum. O acompanhamento minucioso da conduta do presidiário, do louco, do trabalhador ou do aluno transgrediu para a vida real e já não utópica, ou distópica, mas na vida real e cotidiana o homem comum é monitorado em quase todas as suas ações.

Se esses institutos que promovem a incerteza sobre a presença concreta daquele que vê, foi motivo para Bentham criar uma teoria que tinha por finalidade submeter os trabalhadores atentos aos seus afazeres, por um custo menor, esse objetivo inicial foi minimizado pela abrangência teórica que atingiu as suas ideias.

O fato é que a forma de vigília e de controle proposta por Bentham se espalhou de modo similar por toda a sociedade compondo uma engrenagem ramificada para além da estrutura física das instituições. Essa distribuição de controle através do olho oculto é um dos pilares fundamentais dos controles das massas.

As ideias de Orwell na obra *1984*, bem como as intenções de Huxley em *Admirável mundo novo*, o programa Big Brother Brasil, são exemplos mais ou menos fiéis ao funcionamento do panóptico.

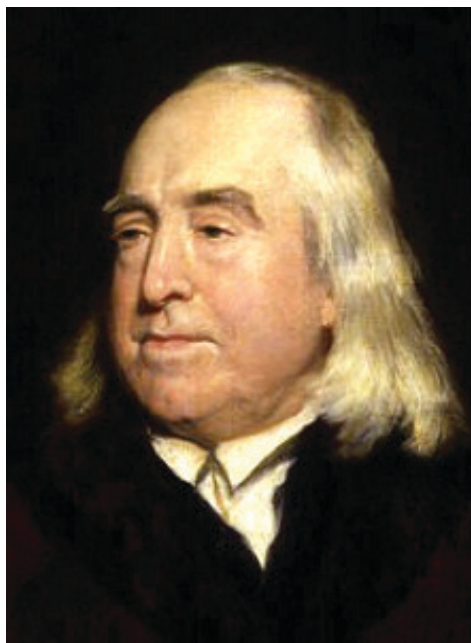
Em “1984” estamos diante da vigilância, o desconforto de ser visto sem ver, o efeito psicológico dessa instituição que gera incerteza nos indivíduos, assim a voz de prisão pode ser dada a qualquer momento e a qualquer momento aos indivíduos que por ventura venham a praticar o “crimideia”, pior que isso é a ação da delação, todos podem se transformar em delatores ou estarem com os delatores.

O panóptico é diametralmente representado pela grande tela. O personagem de bigode e boa impressão, da obra

de Orwell que aparece na tela das casas das pessoas a qualquer momento pode ser aquele que oculto que invade a privacidade de cada um, protegido pelo anonimato e pela impossibilidade de ser visto.

Ao mesmo tempo em que é chamado de Grande irmão, sugerindo ser um irmão mais velho e mais sábio na condução das vidas dos demais, ele também é a representação do estado.

O fato é que esses personagens em seus enredos confirmam o que Foucault algumas décadas mais tarde teorizou de maneira filosófica. A proposta de “1984”, de forma literária, expressão da distopia, construiu em termos imaginários esta relação com o que Huxley também idealizou: uma sociedade sufocante, mas suportada pela onipresença, que desacredita na humanidade e que busca a todo custo a submissão do homem pelo homem no grau físico e mental.



Jeremy Bentham: o pai do panoptismo



Prisão com formato panóptico nos
Estados Unidos da América



O Grande Irmão (Big Brother)
de George Orwell em 1984



Interior do que restou de um dos prédios
do Presídio Modelo em Cuba

Referências

BENTHAM, Jeremy. *O Panóptico*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. (Organização e tradução de Tomaz Tadeu da Silva).

CHAUÍ, Marilena. **Notas sobre utopia**. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S000967252008000500003&script=sci_arttext>. Acesso em 27 de março de 2013.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979, 17ª Edição.

_____. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.

HUXLEY, Aldous. *Admirável Mundo Novo*. Rio de Janeiro: Cia. Brasileira de Divulgação do Livro, 1969. (11ª Edição)

_____. *Retorno ao Admirável Mundo Novo*. São Paulo: Círculo do Livro, 1959.

MORA, J. F. Dicionário de Filosofia, tomo II (E-J) 1994, Editorial Ariel, S.A, Barcelona. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=arWu04Gg_uAC&pg=PA1033&lpg=PA1033&dq=O+que+%C3%A9+a+teoria+das+fic%C3%A7%C3%B5es+Bentham?&source=bl&ots=-VkWkSr1xA&sig=bF9U-lgfbB8Xu2Gw3gHfoe7n8Y&hl=pt&sa=X&ei=jRN7UaKjIuPt0gGFiIDwAw&ved=0CEMQ6AEwBA#v=onepage&q=O%20que%20%C3%A9%20a%20teoria%20das%20fic%C3%A7%C3%B5es%20Bentham%3F&f=false. Acesso em 12 de fevereiro de 2013.

ORWELL, George. 1984. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1978, 11ª Edição.

RAMOS, H. O novo panóptico russo: a vigilância na Rússia do século XVIII à era digital. Teorias em media e comunicação, ISCTE, Lisboa, 2013. Disponível em: http://www.academia.edu/2556165/O_Novo_Panoptico_Russo_A_Vigilancia_na_Russia_do_Seculo_XVIII_a_Era_Digital. Acessado em 11 de abril de 2013.

Saiba mais sobre os Panópticos em...

<http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo/hfe/moments/sociedade%20disciplinar/Pan%C3%B3ptico.htm>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Pan%C3%B3ptico>

E sobre o Presídio Modelo de Cuba em...

<http://svaperspective.wetpaint.com/page/The+Panopticon+Prison+%22+Presidio+Modelo%22>

http://en.wikipedia.org/wiki/Presidio_Modelo

Fonte: RIOBLOG

10.

Entendendo a Semiótica – signos e linguagem

MURIEL AMARAL¹

Introdução

Quando alguma coisa se apresenta em estado nascente, ela costuma ser frágil e delicada, campo aberto a muitas possibilidades ainda não inteiramente consumadas e consumidas. Esse é justamente o caso da Semiótica: algo nascendo e em processo de crescimento. Esse algo é uma ciência, um território do saber e do conhecimento ainda não sedimentado, indagações e investigações em progresso.

Um progresso como tal não pode ser traduzido em uma única definição cabal, sob pena de se perder justo aquilo que nele vale a pena, isto é, o engajamento vivo, concreto e real no caminho da investigação e do conhecimento.

Lucia Santaella.

1. UNESP

Estudar sobre a Semiótica é sempre um desafio. Em 2012 encarei duas qualidades de desafios: o primeiro deles que foi ministrar a oficina “Semiótica para Principiantes”, uma das atividades do XVI Colóquio Internacional da Escola Latino-americana de Comunicação (Celacom), que fora realizado nas dependências da Universidade Estadual de São Paulo (Unesp), campus Bauru. O segundo desafio foi de aceitar o convite de escrever reflexões sobre essa área aplicada no curso e compilá-las nesse artigo². O intuito de ambas as atividades é de desmistificar a Semiótica, apresentando conceitos que contribuíram para a consolidação da Semiótica para que seja um assunto debatido no meio acadêmico.

A Semiótica não é apenas uma área da ciência usada como referência teórica, mas pela capacidade de interpretação que oferece, ela pode ser utilizada como metodologia para muitas pesquisas, ainda mais quando se trata de análise de fotografias, imagens, vídeos e outros tantos objetos de estudos da Literatura, Música, Publicidade, Artes e outras tantas áreas. Mesmo não percebendo, muitas de nossas atividades estão relacionadas à Semiótica: o exercício de pensar e interpretar, compreender um texto, comparar, estabelecer relações essas e uma infinidade de atividades são cúmplices dessa área tão complexa e tão fascinante. Antes de entender a Semiótica é preciso relacioná-la à linguagem e às formas de representação. Todas as relações humanas são fundamentadas na constituição de uma linguagem com o intuito estabelecer melhor os mecanismos de comunicação.

Quando o assunto é Semiótica, há muitos alunos (até mesmo docentes de outras áreas) que torcem o nariz. A dificuldade

2. Agradeço pela realização dessa oficina no Celacom em nome da Profª Drª Maria Cristina Gobbi, agradeço ao convite da Profª Msª Rose Vidal pelo convite de participar dessa coletânea junto a outros professores e pesquisadores e também ao Prof. Romildo Lopes pelo apoio teórico para a solidificação desse artigo.

de estudantes de comunicação para entendê-la é justamente a capacidade de se libertar para um pensamento solto e que está em constante evolução pelas relações cognitivas que eles próprios podem estabelecer e não se dão conta disso. Ministrara oficina para alunos de Comunicação, Psicologia, Artes e Desenho Industrial foi algo que surpreendente por perceber o desejo que os alunos têm para entender a Semiótica e a intenção de quebrar preconceitos quanto às dificuldades teóricas sobre a área e aceitar que pode ser muito instigante e interessante aprender sobre esse campo do saber.

A complexidade da Semiótica pode ser justamente as relações que são estabelecidas entre as diversas formas de entendimento do signo. A Semiótica é infinita e indomada quando se trata de oferecer vertentes de interpretações, tendo como aliada a cognição humana. Esse artigo vai se ater em apresentar primordialmente as reflexões da Semiótica Peirceana, também conhecida como Semiótica Americana, fazendo alusão à origem do seu precursor, o americano Charles S. Peirce, um teórico que contribuiu para várias áreas do conhecimento, permeando a Química, Física, Matemática, Psicologia, principalmente Psicologia Cognitiva, e também da Filosofia, que aliás fundamentou fortemente a Semiótica, e dentre outras áreas.

A Filosofia foi uma área de fundamental importância para a concepção da Semiótica proposta por Peirce. A intenção dele era é conciliar a Filosofia às práticas científicas, sendo dotada de experimentação, observação e hipóteses e por isso a necessidade de apresentar uma linha de pensamento que possa unir Filosofia e Ciência para o surgimento da Semiótica.

Para ele [Peirce], o caminho para a Filosofia tinha de se dar através da Lógica, mas particularmente, através da Lógica da ciência. [...] Primeiramente, ele concebeu a lógica propriamente dita (aquilo que

conhecemos como Lógica) como sendo um ramo da Semiótica. Mais tarde, ele adotou uma concepção muito mais ampla da Lógica que era quase coextensiva a uma teoria geral de todos os tipos possíveis de signos. Na última década de sua vida, estava trabalhando num livro que se chamaria de *Um Sistema de Lógica*, considerada como Semiótica. (SANTAELLA, 2007. pp.20-21, grifos da autora)

Além da Lógica, que para Peirce era sinônimo da Semiótica em uma determinada etapa da vida dele, o Pragmatismo também contribuiu para a consolidação da Semiótica. Mesmo sabendo da existência de outras linhas de Semiótica, como é o caso da Semiologia apresentada por Ferdinand Saussure, mais envolvida no campo da língua e da Semiótica Russa, também conhecida como Semiótica da Cultura, esse artigo vai relatar apenas nas explanações apresentadas por Peirce, em que alia a cognição e as formas de representação.

Antes de Peirce: filosofia e experiência

O termo semiótica vem do grego “*semeiotikón*”, que deriva da palavra “*semeion*”, que significa signo e da palavra “*sêma*”, que significa sinal, signo. Dessa forma, Semiótica é o estudo dos signos, dos sinais. Desde o princípio, a intenção da Semiótica é de perceber como são interpretados e decodificados os signos.

De forma sintética, vamos apresentar algumas referências teóricas que puderam dar base para a consolidação da Semiótica proposta por Peirce. Pensar em Semiótica nos remete aos primórdios do segundo século da era cristã. Pelos estudos do médico grego Galeno de Pérgamo (139-199), a diagnóstica seria parte da semiótica médica (NÖRTH, 1995). É interessante perceber que o diagnóstico médico seria feito a partir da leitura semiótica, ou seja, a interpretação das marcas que a

doença oferece, mas que não é necessariamente a doença propriamente dita. Os sinais oferecidos pela doença são representações dela. Por isso que a Semiótica é o ramo da ciência que estuda os signos, que tem como “objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido.” (SANTAELLA, 1987, p.13), não se limitando apenas no entendimento do signo como algo imóvel, estável, mas sim como algo que pode ser interpretado e que pode ganhar significados e representações diferentes e que se ressignificam acompanhando a relação de interpretação.

Quanto à Lógica, desde a Grécia Antiga filósofos se debruçaram para a compreensão desse fenômeno. Heráclito, filósofo arcaico, acreditava na capacidade de devir para a manutenção da vida, ou seja, a mudança de ressignificar valores e oferecer uma nova forma de existência. A mudança é real e se transforma: o grande cresce, a luz clareia o escuro, a vida oferece lugar à morte, assim, o mundo não para e em movimento organiza e oferece sentido nas suas atividades.

No período da Grécia Clássica, Aristóteles, a lógica se relaciona com a capacidade de raciocínio e de interpretação dos fatos para se chegar a alguma conclusão, por isso a necessidade de inferência no pensamento, ou seja

Inferir é tirar uma proposição como conclusão de uma outra ou de várias outras proposições que a antecedem e são sua explicação ou sua causa. O raciocínio é uma operação do pensamento realizada por meio de juízos e enunciada lingüística e logicamente pelas proposições encadeadas, formando um silogismo. Raciocínio e silogismo são operações mediatas de conhecimento, pois a inferência significa que só conhecemos alguma coisa (a conclusão) por meio ou pela mediação de outra coisa. (CHAUÍ, 2002, p.187)

Mesmo não sendo o alicerce primordial para Peirce desenvolver a Semiótica, é interessante perceber que mesmo naquela época, houve a necessidade de reconhecimento dos signos e entendê-los de tal forma que possam ser interpretados sob a perspectiva da faculdade de raciocínio. Foram com as considerações de Immanuel Kant e do Pragmatismo que ele consolidou de forma mais consistente a Semiótica. A experiência se torna primordial para a classificação e entendimento dos fenômenos.

Insatisfeito com as categorias aristotélicas, consideradas como categorias mais lingüísticas do que lógicas, profundamente influenciado por Kant Peirce dedicou grande parte de sua existência à elaboração, aperfeiçoamento do campo e ampliação do campo de aplicação das suas categorias universais, categorias estas que não brotaram nem de pressupostos lógicos, nem da língua, mas do exame atento e perscrutante da “experiência” da mesma (SANTAELLA, 2007, p.28).

Sob o olhar de Kant acerca da experiência,

[...] todo o conhecimento se inicia com a experiência, isso não prova que todo ele derive da experiência [...] a mudança tem uma causa, é uma proposição a priori, mas não é pura, porque a mudança é um conceito que só pode extrair-se da experiência. (KANT, 2001, p.36).

O Pragmatismo, entendido como as formas de experimentações e percepções acerca de um fenômeno, sob a perspectiva de Peirce contribui para a interpretação dos signos. Não que essa interpretação seja algo fatalista, mas que os caminhos para a decodificação e, conseqüentemente, a

interpretação do signo culmina em uma relação lógica de pensamento. Por isso que ele denominou o Pragmatismo como sendo a Lógica da Abdução, isto é, desenvolve caminhos para o entendimento de tal forma que reduza as possibilidades de erros e consolide os mecanismos de representação do signo.

As colocações acima parecem difíceis, mas é lógico no sentido de seguir um caminho aparentemente obscuro, mas totalmente interpretável. As faculdades humanas direcionam e estabelecem relações para o entendimento do mundo e dos signos que estão contidos no mundo. Por isso, o objetivo do Pragmatismo associado à abdução é

[...] apesar de isto estar sujeito à prova de experiência, o de evitar toda surpresa e o de levar ao estabelecimento de um hábito de expectativa positiva que não deve ser desapontada. Portanto, qualquer hipótese pode ser admissível, na ausência de quaisquer razões especiais em contrário, contanto que seja capaz de ser verificada experimentalmente, e apenas na medida em que é passível de uma tal verificação. (PEIRCE, 1977, p.233)

Dentro dessa capacidade atribuída por Peirce para o desenvolvimento da Semiótica, ele a categorizou sob a perspectiva da Fenomenologia, desenvolveu obedecendo à sequência: Estética, Ética e Semiótica ou Lógica. Para melhor compreensão da Semiótica, Peirce a dividiu em três partes:

- Gramática Especulativa, sendo entendida como a área responsável por atribuir algum significado, que é derivado de formas de interpretações, que se encontra a Teoria Geral dos Signos, tema que será amplamente abordado nesse artigo.

Por Peirce, a Gramática Pura

Sua tarefa é determinar o que deve ser verdadeiro quanto ao representâmen [signo] utilizado por toda inteligência científica a fim de que possam incorporar um significado qualquer. O segundo ramo é o da lógica propriamente dita. É a ciência do que é quase necessariamente verdadeiro em relação aos representamens de toda inteligência científica a fim de que possa aplicar-se a qualquer objeto, isto é, a fim de que possam ser verdadeiros. Em outras palavras, a lógica propriamente dita é a ciência formal das condições de verdade de representações. O terceiro ramo, imitando a maneira de Kant de preservar velhas associações de palavras ao procurar nomenclatura para novas concepções, denomino retórica pura. Seu objetivo é o de determinar as leis pelas quais, em toda inteligência científica, um signo dá origem a outro signo e, especialmente, um pensamento acarreta outro (PEIRCE, 1977, p.46)

- Lógica Crítica que está relacionada com a capacidade de estudar as formas de representação dos signos, envolvendo o desenvolvimento de raciocínio, sendo esse classificado em três momentos:

a) Abdução: é o mais elementar dos processos de raciocínios; é nessa condição que são criadas as hipóteses para as futuras conjecturas de pensamentos para interpretações.

b) Indução: essa forma de raciocínio se refere ao resultado de experiências e verificações de algum fenômeno. As formas de comportamentos dos signos quando analisadas em suas coletividades oferecem condições para analisar e formar e, assim, chegar a alguma conclusão.

c) Dedução: tem por finalidade a posição o que algo deve ser, uma forma de aceitar ou não os caminhos traçados pela hipótese sugerida pelo fenômeno; e as conclusões são ideais de todo processo de raciocínio.

- Retórica Pura estuda as leis necessárias para o convencimento dos pensamentos. “Tem por função analisar os métodos a que cada um dos tipos de raciocínio dá origem” (TEMER; NERY, 2009, p.139).

A densidade do posicionamento teórico para referenciar a Semiótica é propícia para o entendimento da época. Sendo final do século XIX, havia a necessidade de desenvolver o pensamento científico pelo positivismo, ou seja, experimentações e pesquisas empíricas eram fundamentais para o crescimento e disseminação da ideologia científica. Peirce foi um pesquisador além do seu tempo, por isso a discriminação no meio acadêmico pela tentativa de conciliar Filosofia, pensamento científico e Pragmatismo. Depois de rompidas as barreiras da intolerância, a Semiótica se solidifica para o entendimento e interpretação do mundo. Por uma condição elementar, Peirce discorre sobre a Semiótica tendo como base elementar o signo, não o separando das relações de representação e significação. Com isso, a Semiótica pode ser definida como a ciência do estudo dos signos. A simplicidade da definição traz uma complexidade de referências, uma vez que praticamente tudo pode se comportar como signo. Para isso é importante perceber as categorias do pensamento, pela cognição e a atividade de pensar, podemos perceber, identificar e interpretar os signos.

Categorias de Pensamento

As categorias de pensamento se dividem em três modos de apresentação, sendo classificadas de acordo com o grau de evolução da potencialidade de evolução, aqui não entendida de forma hierarquizada conforme a competência de importância, mas sim, de acordo com o grau de complexidade de operação do pensamento-signo processa na mente humana.

O modo mais elementar de estabelecer o pensamento sobre o signo se realiza de forma quase que instintiva, sem relações, livre e esparso. Esse pensamento não é conclusivo, tão pouco explicativa, entra no campo da original, da espontaneidade, da liberdade de pensar: as impressões, os sentimentos. Por isso, a denominação de **primeiridade** de pensamento, a forma mais primária de estabelecer o pensamento

A qualidade de consciência imediata é uma impressão (sentimento) *in totum*, indivisível, não analisável, incoerente e frágil. Tudo que está imediatamente presente à consciência de alguém é tudo aquilo que está na sua mente no instante presente. [...] o primeiro é presente e imediato, de modo a não ser segundo para uma representação. [...] Ele é iniciante, original, espontâneo e livre, porque senão seria um segundo em relação a uma causa. Ele precede toda síntese e toda diferenciação; ele não tem nenhuma unidade nem partes. [...] Isso é primeiro, presente, imediato, fresco, novo, iniciante, original, espontâneo, livre, vívido e evanescente. (SANTAELLA, 2007, p.45)

A capacidade de estabelecer relações, o pensamento que era até então primário passa por do momento de qualidade para ser considerado como sendo existente, entra em cena a categoria de **secundidade** do pensamento. A ação, o conflito, a crise e a necessidade de representação do signo faz que estabeleça uma outra forma de pensar que não seja meramente elementar. A secundidade necessita da primeiridade para dar valor ao signo e outras formas de pensamento para ganhar forças de representação.

É a categoria da comparação, da ação, da realidade, da experiência. Corresponde ao aqui e agora, à dualidade, à força bruta, à ação e reação dos fatos

existentes. Na secundidade, o modo de ser de algo depende de como um segundo objeto é, atua sobre este e deste recebe influência. A secundidade é determinada pelo elemento de “luta”, o nível do conflito, da resistência, do dispêndio, de energia aplicada e transformada em objeto. [...] A secundidade, em síntese, consiste, na realidade naquilo que acontece num lugar e num tempo, relacionando-se com outros existentes (TEMER; NERY, 2009, p. 140)

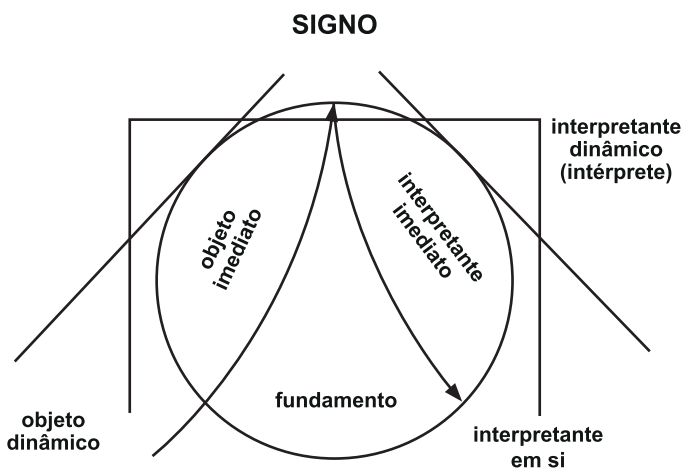
A última categoria de pensamento se estabelece pela capacidade de interpretação e conceitualização dos pensamentos. Nesse momento, o signo passa pelos processos de interpretabilidade, ou seja, pela mediação entre o fenômeno e a capacidade humana, são produzidos pensamentos que são carregados de simbologias, significação e também de representação. A última categoria de pensamento considerada como **terceiridade**. Nesse momento do pensamento são atribuídos e descobertos os conceitos, há o deslocamento para fora do signo, ou seja, a interpretação pela significação se encontra externamente ao signo, mas que oferece força e condição para a representação simbólica e conceitual dele, que origina o interpretante desse signo, desse pensamento. Por isso a ocorrência do deslocamento, origina-se um novo signo que oferece base para a significação do signo analisado.

Finalmente, terceira, que aproxima um primeiro e um segundo numa síntese intelectual, corresponde à camada de inteligibilidade, ou pensamento em signos, através da qual representamos e interpretamos o mundo. [...] Em síntese: compreender, interpretar é traduzir um pensamento em outro pensamento num movimento ininterrupto, pois só podemos pensar um pensamento em outro pensamento. É por que o signo está numa relação a

três termos que sua ação pode ser bilateral: de um lado, representa o que está fora dele, seu objeto, e de outro, dirige-se para alguém em cuja mente se processará sua remessa para outro signo ou pensamento onde seu sentido se traduz. E esse sentido, para ser interpretado tem de ser traduzido em outro signo, e assim ad infinitum. (SANTAELLA, 2007, p.52).

Com as categorias de pensamento apresentadas será possível definir a concepção de signo, sob o prisma da Semiótica, estabelecendo uma relação de interpretação e representação.

Signo: concepção & representação



Fonte: Santaella 2004, p. 59

A imagem acima pode assustar os olhos dos desavisados e remeter a algum diagrama da engenharia ou da arquitetura, até mesmo há algum esboço geométrico. Mesmo havendo essa semelhança, o esquema apresentado se refere à composição dos signos na linguagem oferecida por Peirce. Mesmo soando uma certa estranheza ao olhar alheio,

segue uma lógica o desenho acima que vamos decodificar. Pelas reflexões citadas nos parágrafos anteriores, podemos deduzir que a Semiótica se articula basicamente entre as relações do signo para o oferecimento de interpretação e representação. Afinal, o que é esse elemento tão elementar, o que é signo? De acordo com Charles S. Peirce, o signo pode ser tudo aquilo que pode representar alguma coisa para alguém. Para melhor entendimento, Santaella apresenta que o “signo é uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma outra coisa diferente dele” (SANTAELLA, 2007, p.58). Com isso, tudo pode ser signo, desde que esteja amparado pelos processos de representação: as palavras, o pensamento, fotografias, obras de arte, imagens, comportamentos, gestos, atitudes, cores, enfim, tudo pode ser considerado signo. Todavia, o signo não se limita apenas a essa condição, no momento em que a mente entra em atividade, o signo também pode ser conceituado como sendo

qualquer coisa que, de um lado, é assim determinada por um Objeto e, de outro, assim determina uma idéia na mente de uma pessoa, esta última determinação, que denomino o Interpretante do signo, é, desse modo, mediamente determinada por aquele Objeto. Um signo, assim, tem uma relação triádica com o seu Objeto e seu Interpretante (SANTAELLA, 2000, p. 12)

A contemplação do signo como signo, objeto e interpretante faz dele um signo genuíno, qualquer deficiência em algumas dessas partes, o signo passa a ser considerado como sendo degenerado, um assunto que será abordado no decorrer do trabalho para explicar, por exemplo, as réplicas. O signo pode ser considerado qualquer coisa, absolutamente, qualquer coisa: fotografias, palavras, pensamentos, objetos. Entretanto essa

coisa para ser considerada signo deve ser compostos por três categorias: qualidade, existência e lei. Essa é primeira da tricotomia estabelecida por Peirce, no decorrer do artigo, serão apresentadas as demais tricotomias formuladas por ele. Assim, a convenção de signo se explica pela seguinte categorização:

- Qualidade, ou seja, a característica e qualificação desse signo, uma forma de representação ainda muito frágil, quase inexistente o poder de representação, por isso a qualidade de quase-signo, cujo o signo é denominado como qualissigno;

- Existência: mesmo não sendo no plano real, a capacidade do signo de existir mesmo de forma etérea. O signo está inserido em um determinado universo, dentro desse universo o signo estabelece uma relação de pertencimento e de representação, Para essa categoria, o signo é denominado como sinsigno

- Lei: a força contida no signo para ser representação. Dentro do signo há leis, no sentido de capacidade que solidificam a capacidade de representação do signo, por isso a denominação de legisigno.

Essas três capacidades não devem ser entidades de forma dispersa quanto ao entendimento do signo, mas sim atuando de forma simultânea e equivalente. Para a outra parte de composição do signo se encontra o objeto. À capacidade de representação de signo é papel do objeto, independente da forma de representação (sonora, visual, verbal, mental, etc..)

[...] sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, a cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez, um signo mais desenvolvido [...] O signo representa alguma coisa, o seu objeto (PEIRCE, 1977, p.46)

Dessa forma, o objeto representa o signo, carregando em si forças de representação do signo idealizado. Também

conhecido como referente, o objeto pode não ser necessariamente uma representação materializada, maciça, mas algo virtual ou imaginário, todavia perceptível para algum dos sentidos ou da cognição dos humanos, ou até mesmo da familiaridade e pela experiência adquirida para que esse objeto represente o signo.

Ele significa primeiramente aquela criação da mente na sua reação com algo mais ou menor real, criação esta que se torna aquilo para qual a cognição se dirige; e secundariamente um objeto é aquilo sobre o qual um esforço é desempenhado; também aquilo que está acoplado a algo numa relação, e mais especialmente, está representando como estando assim acoplado; também aquilo a que qualquer signo corresponde (PEIRCE *apud* SANTAELLA, 2000, p.33)

Nessas interpretações, o signo é entendido pela cognição humana, bem como as partes que compõem esse mesmo signo. Para começar, o objeto não é interpretado sob uma única condição, mas em duas partes. Sendo a primeira entendida como o objeto está sendo representado, denominado como Objeto Imediato. É o objeto que está dentro do signo, pertence ao signo e por isso que se torna uma representação do signo. Dessa forma, o objeto que está fora do signo é denominado como Objeto Dinâmico, todavia mesmo se localizado externamente às raízes do signo, esse objeto determina o signo. A essa determinação ao signo é possível por que há algo dentro dessa qualidade de objeto que possa estabelecer uma relação entre o Objeto Dinâmico e o Objeto Imediato. O Objeto Dinâmico não tem uma relação direta com o Signo a que corresponde, por isso a necessidade de intermediação do com o Objeto Imediato.

[...] o Objeto Imediato, que é o Objeto tal como o próprio Signo o representa, e cujo Ser depende

assim da sua representação no Signo, e o Objeto Dinâmico, que é a Realidade que, de alguma forma, realiza a atribuição do Signo à sua Representação (PEIRCE *apud* SANTAELLA, 2000, p.39).

As duas instâncias de qualificação do objeto devem fazer menção entre elas, ou seja, o objeto criado no primeiro momento de sua representação deve ser representado pelo objeto originado pelo sentido dessa representação.

Por fim, há o interpretante, é o momento em que o signo ganha interpretações e formas de representações mais rebuscadas quanto à compreensão desse signo. Nesse momento, o signo recebe conceitos que estão relacionados à capacidade de interpretabilidade da cognição humana. Certamente a essa capacidade deverão ser levados em consideração a cultura e o meio em que está inserido o signo. Por isso que não é por acaso que o signo tem alguma referência como interpretante e a ele será atribuído o efeito que o signo proporciona na mente da pessoa que interpreta o signo.

[...] o signo cria algo na mente do intérprete, algo que – por ter sido assim criado pelo signo – foi também criado de modo mediato e relativo pelo Objeto do signo. A esta criação do signo-objeto dá-se o nome de Interpretante (COELHO NETO, 2010, p.70)

O significado traduz e media o signo pelo surgimento do interpretante. Segundo Peirce, dentro do entendimento sobre o interpretante, esse pode ser subdividido em três categorias, de acordo com a capacidade que ele pode provocar na mente que o está interpretando sendo: O interpretante imediato, a primeira manifestação do interpretante na mente que o percebe, ainda interno ao signo, trata-se de um interpretante que não é interpretado fora do signo, carrega conceitos de representação dentro dele

que constituem significações mais genéricas e abrangentes, que podem estar alicerçadas em representações sociais adquiridas por experiências e comprovações.

O interpretante imediato consiste naquilo que o signo está apto a produzir numa mente interpretadora qualquer. Não se trata daquilo que o signo efetivamente produz na minha ou na sua mente, mas aquilo que, dependendo da natureza, ele pode produzir. Há signos que são interpretáveis na forma de qualidades de sentimentos; há outros que são interpretáveis através da experiência concreta ou ação; outros são passíveis de interpretação através de pensamentos numa linha infinita (SANTAELLA, 2007, p.60).

Mesmo havendo essa categorização do interpretante, as relações subjetivadas com ele também são levadas em consideração para o entendimento e interpretação do signo. Quando o interpretante recebe algum significado mais personalizado, subjetivo, o interpretante é considerado como sendo dinâmico. “O interpretante dinâmico, isto é, aquilo que o signo efetivamente produz na sua, na minha mente, em cada mente singular. E isso produzirá dependendo da sua natureza de signo e do seu potencial como signo”. (SANTAELLA, 2007, p. 60). Como parte para uma seara mais subjetiva, o interpretante dinâmico se estende em três manifestações de efeitos:

- Efeito Emocional: relacionado à qualidade de um sentimento e a manifestação desse pelo intérprete

- Efeito Energético: poderá haver alguma reação mecânica por parte do interpretante sobre a interpretação, estabelecendo uma relação de efeito.

- Efeito Lógico: que está relacionado ao conhecimento e interpretação cognitiva do signo.

A última categoria de interpretante se relaciona ao produto final de todo esse processo de significação, não necessariamente conclusiva, mas elucidante para o entendimento do signo dentro do contexto e do comportamento dele no recorte analisado. Enquanto houver pensamento, haverá vida. A vida é combustível essencial para a existência do signo. Justamente por essa necessidade de se ressignificar ideias e conceitos, que a Semiótica denomina como *semiose*, sempre haverá uma nova forma de representação. O signo não morre. Ele se relaciona com outros signos, se projetam em outras culturas, recebem outros significados e ultrapassa os limites criados por ele mesmo. Esse pensamento oferece base para a classificação dos signos dentro de uma ótica de representação e significação.

Classificação dos Signos

Talvez nessa etapa em que começa o caminho pedregoso para muitos estudantes e até mesmo de profissionais sobre o entendimento dos signos. Esses estabelecem relações entre eles e com seus objetos e interpretantes para melhor entendimento e interpretação. A primeira relação de classificação do signo já pôde ser verificada quando teorizamos sobre a própria forma de ser signo. Seguindo a primeira tricotomia apresentada por Peirce, estabelecendo uma relação entre o signo e ele mesmo (signo x signo). Há três condições para que algo seja considerado signo: de qualidade, de existir e de lei. Essas três categorias são denominadas como sendo, respectivamente, *qualissigno*, *sinssigno* e *legissigno*. Coelho Neto (2010) apresenta de forma direta e objetiva exemplos e explicações sobre essa tríade

A primeira tricotomia diz respeito ao signo considerado em si mesmo, entre cujas características criam-se relações sintáticas. [...] Por *qualissigno*

entende-se uma qualidade que é um signo. Ex.: uma cor. Um *sinsigno* é uma coisa ou evento existente, tomado como signo. Ex.: um cata-vento, um diagrama de alguma coisa em particular. O *sin* indicial de *sinsigno* indica que se trata de uma coisa ou evento em particular, no sentido de “uma única vez”. Observa Peirce que um *sinsigno* só pode existir através da qualidade, razão pela qual ele envolve um dos vários qualissignos.

Já o *legissigno* (de legi, lei) não é uma coisa ou evento singular, determinada, mas uma convenção ou lei estabelecida pelos homens. Ex.: as palavras (COE-LHO, 2010, pp 60-61, com grifos do autor)

Sobre a condição de *legissigno*, Peirce considera que as palavras são consideradas como *legissigno*, mas articuladas em uma frase específica pode se comportar como sendo *sinsigno*. A essa qualidade ele define como sendo *réplica*.

Todo *legissigno* significa através de um caso de aplicação, que pode ser denominada *Réplica*. Assim, a palavra “o” normalmente aparecerá de quinze a vinte e cinco vezes numa página. Em todas as ocorrências é uma e a mesma palavra, o mesmo *legissigno*. Cada uma de suas ocorrências singulares é uma *Réplica*. A *Réplica* é uma *Sinsigno*. Assim, todo *Legissigno* requer *Sinsignos*. Mas estes não são *Sinsignos* comuns, como são ocorrências peculiares que são encaradas como significantes. Tampouco a *Réplica* seria significativa se não fosse pela lei que a transforma em significativa (PEIRCE, 1977, p. 52)

A segunda tricotomia consiste em formular as relações entre o signo e o seu objeto, estabelecendo correspondências de semelhanças e similaridades, originando assim: ícone, índice e símbolo.

O ícone é signo que se refere ao objeto que denota apenas em virtude de seus caracteres próprios, caracteres que ele igualmente possui que um tal Objeto realmente exista ou não. [...] é Ícone de qualquer coisa, na medida em que for semelhante a essa coisa e utilizado como um seu signo (PEIRCE, 1977, p.58)

De forma mais simples, pode ser considerado um ícone de um signo aquilo que houver relação de semelhança com o objeto representado, como, por exemplo: “a escultura de uma mulher, uma fotografia de um carro, e, mais genericamente, um diagrama, um esquema” (COELHO NETTO, 2007, p.58).

Ainda dentro dessa qualificação, é importante considerar a existência dos hipoícones, também denominados como signos icônicos. Os comportamentos desses elementos se assemelham aos ícones, porém as relações se estabelecem. São eles a imagem, o diagrama e a metáfora.

Os hipoícones, grosso modo, podem ser divididos de acordo com o modo de Primeiridade de que participam. Os que participam das qualidades simples, ou Primeira Primeiridade, são imagens; os que representa as relações, principalmente diádicas, ou as que são assim consideradas, das partes de uma coisa através de relações análogas em suas próprias partes, são diagramas; os que representam o caráter representativo de um representâmen através da representação de um paralelismo com alguma outra coisa, são as metáforas. (PEIRCE, 1977, p. 63)

Santaella (2000) considera as imagens dentro dessa perspectiva, pois acredita que elas se atêm aos qualisignos do signo: cor, forma, textura, volume; qualificações que despertam sensações pelas similaridades que apresentam. Referente aos diagramas, a semioticista

interpreta que a aparência não entra em cena, mas as relações internas de algo que se assemelha às relações internas de uma outra coisa.

Na aparência, pode não haver nada que faça lembrar o objeto ou fenômeno que eles representam. A semelhança instala-se em outro nível, o das relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere. Uma vez que o elemento de referência neles se intensifica, os diagramas são hipoícones no nível de secundidade, diferentemente das imagens que estão no nível de primeiro e as metáforas estão em nível de terceiro (SANTAELLA, 2000, p.120).

Por fim, as metáforas, como apresentadas na citação acima, estão relacionadas ao paralelismo estabelecido entre o signo e o possível objeto, se referindo às interpretações de todas as relações estabelecidas entre esses elementos. “Há sempre uma forte dose de mentalização e acionamento de significados nas metáforas, daí elas serem hipoícones de terciridade” (idem, *ibidem*).

Depois de estabelecidas as formas de entendimento sobre ícones, a segunda tricotomia segue apresentando uma relação de correspondência entre o signo e o objeto. A segunda relação entre o signo e o objeto é denominada como sendo índice. O índice se estabelece pela relação de correspondência ao signo, não se atrelando apenas nas qualidades possuídas pelo signo. Pelo índice, há o deslocamento para significação do signo. A própria existência do signo remete ao entendimento e percepção de outro signo. Peirce considera que “o Índice envolve uma espécie de Ícone, um Ícone de tipo especial: e não é a mera semelhança com o seu Objeto, mesmo que sob estes aspectos que o torna um signo, mas sim sua efetiva modificação do

Objeto.” (PEIRCE, 1977, p. 52). Por isso, o exemplo clássico de índice ser a fumaça. Mesmo havendo a existência de fumaça como um signo particularizado, a presença dela em um espaço remete à existência e propagação de fogo.

A última relação dentro dessa tricotomia é estabelecida por uma condição de lei, mas não no sentido impositivo do termo, mas na qualificação de uma prática que é estabelecida de tal forma que se torna uma significação conceitual de algum signo. As formas de entendimento de um signo no âmbito simbólico se estabelece justamente pelo entendimento desse como uma forma de representação conceitual. A significação de um símbolo para Peirce não descarta uma relação de indexicalidade no entendimento dessa qualidade de símbolo, mas a forma de estabelecimento é mais especial. “Um símbolo é um signo que se refere ao objeto que denota, em virtude de uma lei, normalmente uma associação de ideias gerais” (PEIRCE, 1977, p.53).

A última tricotomia se refere ao signo em relação ao interpretante, possivelmente a mais complexa das tricotomias. Nesse estágio de classificação do signo são levadas em consideração as relações pragmáticas do signo para ser interpretado, sendo denominadas como: rema, dicissigno e argumento.

De acordo com Peirce, o signo rema se apresenta dentro de um campo de hipóteses, que não necessariamente há a necessidade de comprovação. Já o dicissigno entra na qualidade do real, veicula algum tipo de informação sobre o signo. Quanto ao argumento, o interpretante se comporta como lei do signo. Coelho Netto sintetiza essas explicações afirmando que

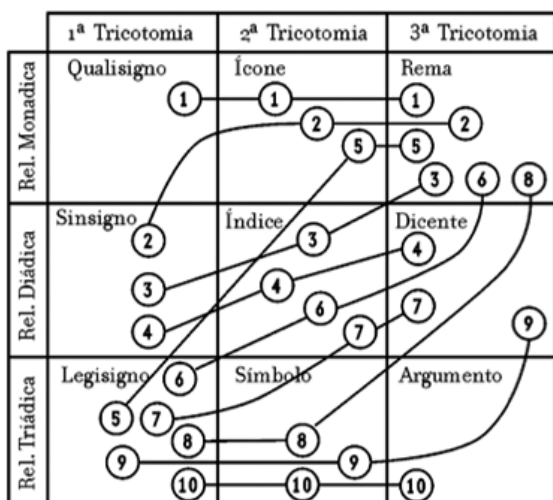
Uma *Rema* é um signo que para o seu interpretante funciona como signo de uma possibilidade que pode ou não se verificar. Uma palavra isolada como vermelho, pode funcionar como rema (do grego rhema, palavra).

Um *dicissigno*, ou dicente é um signo de fato, signo de uma existência real. Correspondendo a um *enunciado*, envolve remas de descrição do fato. Um sintagma como *Este vermelho está manchado* pode funcionar como dicissigno. Um *argumento* é um signo de razão, um signo de lei, correspondendo a um juízo. Um silogismo do tipo “A é B, B é C, portanto A é C”, é um exemplo de argumento” (COELHO NETTO, 2010, p.61)

Depois de analisar todas essas relações sobre o signo, podemos concluir que o signo é analisado sob a ótica da sua complexidade quanto aos conceitos de sua representação, interpretação e os modos de estabelecer os pensamentos. O quadro abaixo apresenta de modo compactado todas as classificações.

DIVISÃO DOS SIGNOS			
CATEGORIAS	O SIGNO EM RELAÇÃO A SI MESMO	O SIGNO EM RELAÇÃO AO OBJETO	O SIGNO EM RELAÇÃO AO INTERPRETANTE
Primeiridade	Qualissigno	Ícone	Rema
Secundidade	Sinsigno	Índice	Dicissigno
Terceiridade	Legissigno	Símbolo	Argumento

A partir das relações apresentadas, os signos se relacionam e estabelecem algum sentido para a interpretação, consolidando-os enquanto uma representação de uma linguagem para a comunicação. O esquema abaixo apresenta as relações possíveis entre os signos e, em seguida, Coelho Netto (2010, pp. 62-63) apresenta as definições de cada relação e apresentamos alguns exemplos cabíveis dentro da classificação feita pelo autor.



Os cruzamentos correspondem às relações permitidas entre as tricotomias. Os números se referem às dez classes (figura baseada em Merrell 1996, p.8). A notação é encontrada em Peirce no manuscrito 799 (Peirce, 1967).

Fonte: Queiroz, 2010

1) Qualisigno: é uma qualidade tomada como signo. Ex.: sensação de “vermelho”. Sendo uma qualidade só pode significar um objeto tendo como este alguma semelhança; portanto é um ícone. E considerando que uma qualidade é uma mera possibilidade lógica, só pode ser interpretada enquanto rema. Portanto, esta é a classe do qualisigno icônico remático

2) Sinsigno Icônico: é a coisa ou evento da experiência cujas qualidades fazem com que signifique um objeto. Ex.: o diagrama de uma árvore. Tendo semelhança com o objeto, é um Ícone e, como no primeiro caso, é interpretado através de uma rema: sinsigno icônico remático

3) Sinsigno Indicical Remático: chama a atenção para o objeto pelo qual sua presença é determinada. Ex.: grito de dor.

4) Sinsigno dicente: objeto ou evento da experiência que funciona como signo de algo que o afeta diretamente

- o que faz com que seja um índice, seja para materializar a informação (Sinsigno Icônico) ou para indicar o objeto (Sinsigno Indicial Icônico), um exemplo, cata-vento.

5) Legissigno Icônico: é uma lei ou convenção que apresenta como signo de algo. Nesse caso, pode ser um ícone, a ser interpretado como rema: legissigno icônico remático. Um exemplo são os manuais demonstrativos.

6) Legissigno Indicial Remático: é uma lei a requerer que cada um de seus casos seja afetado pelo objeto correspondente a atenção para ele. Ex.: os pronomes demonstrativos.

7) Legissigno Indicial Dicente: é uma lei cujos casos são afetados por seu objeto de modo a dar uma informação a esse objeto. Por exemplo, as placas de trânsito, que são dentro do campo do concreto e compõe um enunciado.

8) Legissigno Simbólico Remático: O signo que representa seu objeto através de uma convenção. Como este símbolo é de tipo geral, é um legissigno; é remático por fazer parte de um enunciado maior. Ex.: as palavras do dicionário.

9) Símbolo Dicente: é o signo que representa seu objeto através de uma convenção e que é interpretado sob a forma de um enunciado. Qualquer proposição do tipo “A é B” é um exemplo de símbolo dicente.

10) Argumento: signo que representa seu objeto através, em última análise, das leis de um silogismo ou das leis segundo as quais a passagem de certas premissas para certas conclusões tende a ser verdadeira. Ex.: toda argumentação do tipo “A é B, B é C, portanto A é C”.

Não tem como negar a complexidade da Semiótica, todavia, as dificuldades não se tornam empecilhos pela imensidão do universo que se abre quando começa a estudá-la. Entender a linguagem, os processos de representação

e significação pela Semiótica é de alguma forma compreender como o mundo se representa e se posiciona de forma sempre aberta e em constante movimento, construindo linguagens e significando tudo que está ao nosso redor.

Na perspectiva do aluno

Justamente essa capacidade de oferecer sentido ao mundo foi motivo para que o estudante Eduardo Assad Sahão desenvolvesse o fascínio quanto à Semiótica. Aluno de Música pela Universidade Estadual de Londrina (UEL) e de Jornalismo pela Universidade Norte do Paraná (Unopar), a Semiótica foi apresentada a ele em ambos os cursos, mas, obviamente, sobre perspectivas diferentes. Sob o olhar da Música, a Semiótica foi apresentada na disciplina de Percepção, já na Comunicação dentro da grade de Teorias da Comunicação. “Foi muito interessante entrar em contato com a Semiótica e relacioná-la com a Música e também com a Comunicação. Em ambas as áreas são formadas linguagens. O mundo é feito de linguagens”, aponta o estudante. De fato, a articulação de signos, tendo como base as referências de um contexto social, há a ocorrência de uma linguagem.

A aplicação da Semiótica dentro da Música foi um caminho traçado para entender como as formas de sentido são compreendidas dentro da linguagem musical. Um exemplo atribuído a ele foi os estudos acerca das trilhas sonoras. A composição da cena e a execução da música se articulam de tal forma que criam uma correspondência com aquilo que já nos é conhecido. Por exemplo, as trilhas que remetem à tensão em cenas de envolvem essa qualidade de sentimento. Estabelecer essa relação entre cena, música e sentimento é a composição de uma estética que leva em consideração a composição de uma linguagem.

A Semiótica não se limitou apenas ao campo das sensações no universo da Música. Entender a ressignificação dos signos musicais dentro de uma composição foi possível para compreender o movimento Serialista que começou no início da década de 1920. A proposta estética desse movimento foi de oferecer uma nova identidade à música encampando o dodecafonismo, a liberdade de 12 notas na escala tonal. A nova estética causou estranheza não apenas para o público, mas também entre a categoria de músico no começo do século XX. Seria a emancipação e liberdade da dissonância, as criações poderiam ser mais livres. “Entender essa nova forma de fazer música é entender como foi constituída uma nova linguagem, por novos signos”, explica Eduardo para compreender a ressignificação dos signos.

Dentro da Comunicação, as aplicações da Semiótica poderiam ser aplicadas na análise de imagens e fotografias que se comportam como linguagens para o entendimento da significação dos objetos. Mesmo havendo um prévio conhecimento dentro do universo musical, para compreender a Semiótica na Comunicação, houve o estranhamento. Na disciplina da Teoria da Comunicação, teve que haver o aprofundamento na área, conhecer as linhas filosóficas e as interferências culturais que levaram à estruturação da Semiótica. “Acredito que Peirce era um poliglota do conhecimento”, aponta o estudante. Assim, como na Música, utilizar a Semiótica dentro da Comunicação, independente se o objeto de estudo for verbal ou iconográfico, pode ser uma metodologia muito eficaz no entendimento da formação da linguagem e dos processos de significação.

Considerações Finais

São infinitas as aplicações. Um mundo se abre quando entendemos que o próprio mundo pode ser interpretado.

Ver, perceber, sentir, entender, interpretar e outras tantas capacidades humanas são acionadas quando entra em cena a Semiótica. Todas as definições e classificações dos signos apresentadas quanto à Teoria Geral dos Signos se tornam legados da capacidade humana de compreender o mundo que nos rodeia com o intuito de oferecer nomes que construam um discurso para facilitar a comunicação.

A Semiótica é ampla, vasta e não vai ter um fim. Sendo metodologia ou embasamento teórico para muitas áreas do conhecimento, ela se realiza pela permeabilidade que a compete e pela abrangência que pode alcançar para o entendimento das linguagens e dos discursos.

Referências

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. 12^a Ed. – São Paulo: Editora Ática, 2002.

COELHO NETO, J. Teixeira. **Semiótica, Informação e Cultura**. – São Paulo: Editora Perspectiva, 2010.

KANT, I. **Crítica da Razão Pura**. Tradução de Alexandre Fradique Morujão e Manuela Pinto dos Santos. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001

NÖRTH, W. **Panorama da Semiótica**: de Platão a Peirce. – São Paulo: Annablume, 1995.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. – São Paulo: Editora Perspectiva, 1977.

QUEIROZ, João. Classificações de signos de C.S.Peirce: de ‘On the Logic of Science’ ao Syllabus of Certain Topics of Logic’. **Trans/Form/Ação**, Marília, v.30, n.2, 2007. <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-

-31732007000200012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 17 de Abril de 2013.

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica**. – São Paulo: Brasiliense, 2007.

_.A Teoria Geral dos Signos: como as linguagens significam as coisas. – São Paulo: Pioneira, 2000.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY Vanda Cunha Albieri. **Para Entender as Teorias da Comunicação** – Uberlândia: EDUFU, 2009.

11.

Cibercultura em um contexto de convergência tecnológica: ensino e interatividade na velocidade do conhecimento

ROBERTO GONDO MACEDO ¹

ALESSANDRA DE CASTILHO ²

-
1. Doutor em Comunicação Social, com Pós-doutorado em desenvolvimento pela Universidade de São Paulo, em Comunicação Política, Mestre em Administração Pública e MBA Executivo em Marketing. Docente dos cursos de Pós-Graduação Lato Sensu da Universidade Metodista de São Paulo e Universidade Presbiteriana Mackenzie. Docente de graduação FAMA e CEETEPS. Preside a Sociedade Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político – POLITICOM (Triênio 2011-2014).
 2. Mestranda em Ciências da Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Especialista em Comunicação Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo, graduada em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero e Chefe de Assessoria de Comunicação e Imprensa da Universidade Federal do ABC e Coordenadora da Assessoria de Comunicação da Sociedade Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político – POLITICOM. Email: ale_castilho@hotmail.com

Introdução

Um dos fatores que mais contribuem na análise de um momento sociocultural de uma sociedade é o referente às tecnologias disponíveis, o uso que se faz delas e o quanto ela influencia na dinâmica social. Na contemporaneidade, em que a sociedade é marcada como a Sociedade da Informação e do Conhecimento, o surgimento de novas tecnologias, que possibilitam novas interações humanas estão transformando o papel de alguns atores pertencentes à áreas fundamentais para o desenvolvimento humano, como no campo da educação.

Cada vez mais a inteligência está aliada a capacidade dos indivíduos de abstrair, analisar, argumentar, decidir, perceber o mundo e se projetar nele. E na sociedade atual, para que essa capacidade seja alcançada, o conhecimento e o acesso à informação tornam-se condição *sine qua non* neste processo.

Com ao advento da cibercultura, que tem em seu cerne a troca de informações por meio das tecnologias digitais em rede, se ampliaram de maneira bastante significativa as possibilidades de construção de conhecimento, por meio do aumento do acesso à informação.

A cibercultura já não é mais uma promessa, e sim uma realidade. Teixeira (2012, p.27) lembra que “Marcada pelas tecnologias digitais de rede, a cibercultura permeia o cotidiano das pessoas, que convivem e se fundem com as tecnologias disponíveis, fazendo destes aparatos extensões de seus próprios corpos”.

Vê-se, portanto, uma nova dinâmica social com polos de emissão variados, que permitem a cada indivíduo que ele seja ao mesmo tempo emissor e receptor de informações, rompendo com a lógica da distribuição broadcast, e assumindo a característica de “todos para todos”.

Essa interação multilateral só é possível por conta da atual estrutura tecnológica de conexão facilitada pelos computadores, tablets, smartphones e tantos outros equipamentos

que proporcionam mobilidade e acesso no ciberespaço. Esse cenário propicia um desafio para os educadores no trato e produção de material para articulação no processo de ensino-aprendizagem e também no sentido de envolver e propiciar uma formação que exige alto nível de atualização dos meios e novos canais comunicacionais.

O que se propõe neste trabalho, é uma análise sobre as mudanças no processo educacional e o potencial da cibercultura para a educação e o aprendizado, uma vez que o fluxo de informação deixou de ter uma fonte única e tem se mostrado cada vez mais descentralizado e dessincronizado.

Sociedade da informação e conhecimento

O conhecimento tem se tornado uma das maiores riquezas do mundo contemporâneo, e um dos principais fatores de superação da desigualdade social. A sinergia de várias inovações sociais, institucionais, tecnológicas, organizacionais, econômicas e políticas, demonstram que a informação e o conhecimento assumiram um novo e estratégico papel neste contexto.

Este novo momento tem reflexos diretos nos sistemas econômicos e político. Segundo Sardenberg (apud TAKAHASHI, 2000, p. 5) “A soberania e a autonomia dos países passam mundialmente por uma nova leitura, e sua manutenção – que é essencial – depende nitidamente do conhecimento, da educação e do desenvolvimento científico e tecnológico”.

Com o advento da Sociedade da Informação, novas formas de organização e produção foram adotadas, redefinindo o lugar dos países na sociedade internacional e no sistema econômico. Neste novo contexto, os países ganham a responsabilidade de pensar sua governabilidade com foco na universalização do acesso e no uso crescente dos meios

digitais de informação, colocando à disposição da sociedade políticas públicas de inclusão social.

Somente dessa maneira será possível garantir a chamada “alfabetização digital”, condição essencial para que o avanço das tecnologias traga uma contribuição para o desenvolvimento social e econômico da sociedade. Um exemplo de projeto nesta linha é o Programa Sociedade da Informação, do Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia, cuja sua finalidade é, segundo Sardenberg (apud TAKAHASHI, 2000, p. 5),

lançar os alicerces de um projeto estratégico, de amplitude nacional, para integrar e coordenar o desenvolvimento e a utilização de serviços avançados de computação, comunicação e informação e de suas aplicações na sociedade. Essa iniciativa permitirá alavancar a pesquisa e a educação, bem como assegurar que a economia brasileira tenha condições de competir no mercado mundial.

Outra característica bastante evidente na Sociedade da Informação é que o poder, proveniente da informação e da sua difusão, deixa de estar nas mãos de quem detém o controle dos meios materiais, dos canais informacionais, e passa a ser diluído entre os que mantêm o controle sobre o imaterial e intangível, ou seja, quem detém a informação e o conhecimento. Para Lastres e Albagli (1999, p.9), essa mudança na relação de poder estabelece

novas hierarquias geopolíticas, definidas com base em novos diferenciais sócio-espaciais, refletindo fundamentalmente desiguais disponibilidades de informações e conhecimentos estratégicos, bem como desiguais posições no âmbito dos fluxos e dos fixos que compõem as redes de informação e comunicação em escala planetária.

Também é salutar ressaltar que a Sociedade da Informação, referida por diversos autores como Era da Informação ou Economia da Informação e do Conhecimento, vem exigindo investimentos constantes no desenvolvimento de novos formatos e estratégias empresariais. Assim como as empresas, outras instituições, entre elas as de ensino e da administração pública, também se veem obrigadas a absorver uma carga cada vez maior de informação e conhecimento para que consigam desempenhar suas funções.

Essas novas formas de administração seriam resultantes da chamada “revolução informacional”. Lastres e Ferraz (1999, p.35-36) elencam algumas das características mais importantes deste novo paradigma dos efeitos da difusão das tecnologias de informação e comunicação por meio da economia:

Características listadas por LASTRES e FERRAZ (1999)
• A crescente complexidade dos novos conhecimentos e tecnologias utilizados pela sociedade.
• A aceleração do processo de geração de novos conhecimentos e difusão de conhecimentos, assim como a intensificação do processo de adoção e difusão de inovações, implicando ainda mais veloz redução dos ciclos de vida de produtos e processos
• A crescente capacidade de codificação de conhecimentos e a maior velocidade, confiabilidade e baixo custo de transmissão, armazenamento e processamento de enormes quantidades dos mesmos e de outros tipos de informação.
• O aprofundamento do nível de conhecimentos tácitos (não codificáveis e específicos de cada unidade produtiva e seu ambiente), implicando a necessidade do investimento em treinamento e qualificação, organização e coordenação de processos, tornando-se a atividade inovativa ainda mais “localizada” e específica, nem sempre comercializável ou passível de transferência.

• A crescente flexibilidade e capacidade de controle nos processos de produção com a introdução de sistemas tipo: CAM (Computer Aided Manufacturing), FMS (Flexible Manufacturing Systems), e CIM (Computer Integrated Manufacturing), que permitem a redução de tempos mortos, erros, falhas e testes destrutivos, assim como o aumento da variedade de insumos e produtos.

• As mudanças fundamentais nas formas de gestão e de organização empresarial, gerando maior flexibilidade e maior integração das diferentes funções da empresa (pesquisa, produção, administração, marketing etc.), assim como maior interligação de empresas (destacando-se os casos de integração entre usuários, produtores, fornecedores e prestadores de serviços) e destas com outras instituições, estabelecendo-se novos padrões de relacionamento entre os mesmos.

• As mudanças no perfil dos diferentes agentes econômicos, assim como dos recursos humanos, passando-se a exigir um nível de qualificação muito mais amplo dos trabalhadores.

• As exigências de novas estratégias e políticas, novas formas de regulação e novos formatos de intervenção governamental

A relação dos aspectos apresentados no quadro acima demonstra que, inclusive no plano econômico, o avanço das tecnologias de informação e comunicação estaria transformando significativamente a maneira de pensar e planejar as relações econômicas. Castells (1992 e 1993) já reconhecia a instauração de um tipo de economia contemporâneo: a economia informacional, que está diretamente ligada e em harmonia com a importante revolução tecnológica: a das tecnologias da informação.

Este fim de século acena com uma mutação revolucionária para toda a humanidade, só comparável à invenção da ferramenta e da escrita e que ultrapassa largamente a da Revolução Industrial. [...] A Revolução Informacional está em seus primórdios e é primeiramente uma revolução tecnológica que se segue à Revolução Industrial. [...] A transferência para as máquinas de um novo tipo de funções cerebrais abstratas encontra-se no cerne da Revolução Informacional (LOJKINE, 1995, pp.11-3).

Para Lastres e Ferraz (1999), se a Revolução Industrial transferiu a força humana para as máquinas, a Revolução Informacional se mostra como uma transformação ainda mais radical, em especial na maneira que o ser humano aprende, faz pesquisa, produz, trabalha, dentre outros.

Com relação ao aprendizado, vale ressaltar que a educação – campo foco deste trabalho – é a chave para a construção de uma sociedade baseada na informação e no conhecimento. Porém, o que se defende é que o ato de educar na Sociedade da Informação não pode ficar limitado ao ensino e treinamento das pessoas quanto ao uso das novas tecnologias. É preciso

investir na criação de competências suficientemente amplas que lhes permitam ter uma atuação efetiva na produção de bens e serviços, tomar decisões fundamentadas no conhecimento, operar com fluência os novos meios e ferramentas em seu trabalho, bem como aplicar criativamente as novas mídias, seja em usos simples e rotineiros, seja em aplicações mais sofisticadas. Trata-se também de formar os indivíduos para “aprender a aprender”, de modo a serem capazes de lidar positivamente com a contínua e acelerada transformação da base tecnológica. (LIVRO VERDE³, 2000)

É evidente que, além de grandes mudanças nos processos produtivos e econômicos, a Sociedade da Informação trouxe

-
3. O Livro Verde aponta uma proposta inicial de ações concretas, composta de planejamento, orçamento, execução e acompanhamento específicos. Elaborado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, contou com a colaboração de cerca de 150 especialistas de todo o País, que se distribuíram, em Grupos de Trabalho orientados por Temas (Grupos Temáticos).

também uma nova forma de pensar a educação, reavaliando muitos aspectos relativos às tecnologias da informação e comunicação e o papel que elas desempenham. Se hoje vivemos em uma sociedade cuja inclusão e a justiça social são algumas de suas principais bandeiras, é necessário enxergar o advento das novas tecnologias de comunicação como uma forma de integrar ao máximo a escola e a comunidade.

Portanto educar na era da Sociedade da Informação e Conhecimento tem como desafio principal “capacitar as pessoas para a tomada de decisões e para a escolha informada acerca de todos os aspectos na vida em sociedade que as afetam, o que exige acesso à informação e ao conhecimento e capacidade de processá-los judiciosamente” (LIVRO VERDE, 2000). E é com este desafio que a cibercultura se apresenta como uma nova possibilidade de educar, trazendo oportunidades de tornar o processo de ensino mais dinâmico e com acesso à informações globais.

Cibercultura: conceitos e convergências

Não estamos na era da informação. Não estamos na era da Internet. Nós estamos na era das conexões. Ser conectado está no cerne da nossa democracia e nossa economia. Quanto maior e melhor forem essas conexões, mais forte serão nossos governos, negócios, ciência, cultura, educação...

David Weinberger

A Sociedade da Informação e do Conhecimento trouxe consigo a informatização da sociedade, já estabelecida nas principais cidades desenvolvidas, por meio da facilitação do acesso aos computadores. Estamos no que seria a segunda fase da sociedade da informação, caracterizada pela cibercultura (LEMOS, 2002) que solta

as amarras até então existentes, fazendo que ao invés do usuário ir até a rede, a rede passe a envolver os usuários em uma conexão generalizada.

O que está em jogo nesse começo de século XXI é o surgimento de uma nova fase da sociedade da informação, iniciada com a popularização da internet na década de 80, e radicalizada com o desenvolvimento da computação sem fio, pervasiva e ubíqua, a partir da popularização dos telefones celulares, das redes de acesso à internet sem fio (“Wi-Fi” e “Wi-Max”) e das redes caseiras de proximidade com a tecnologia “bluetooth”. Trata-se de transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação (LEMOS, 2004).

A cibercultura pode ser compreendida, portanto, como a cultura contemporânea estruturada e mediada pelas tecnologias digitais. E desta cultura todos fazem parte, sejam como atores responsáveis pelo acesso e uso criativo das tecnologias da informação e comunicação (TICs) ou como excluídos digitais.

Lemos (2004, p.12) conceitua a cibercultura como “a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações e com a informática na década de 70”. Para Santaella (2002, p. 45), na cibercultura “[...] quaisquer meios de comunicações ou mídias são inseparáveis das suas formas de socialização e cultura que são capazes de criar, de modo que o advento de cada novo meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio”.

Ao traçar um pequeno retrospecto do desenvolvimento da cibercultura, Lemos (2004) lembra que ela surgiu da microinformática nos anos 70, com a convergência tecnológica e o estabelecimento do personal computer (PC),

passando - nos anos 80-90, pela popularização da internet e a transformação do PC em um “computador coletivo”, conectado ao ciberespaço, a substituição do PC pelo CC. O início do século XXI é marcado pelo desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (laptops, palms, celulares). É fato que o desenvolvimento da cibercultura nessas últimas décadas alterou também a relação entre as diferentes comunidades.

Para Lévy (1999), as comunidades hoje são diferentes das antigas, e mais iguais umas às outras. Isso se deve ao fato da sociedade contemporânea rondar em zonas urbanas totalmente conectadas entre si através de redes de transporte e de comunicação, unidas por referências econômicas, científicas e de mídia cada vez mais convergentes, tornando-as semelhantes. Apesar da crítica, defende que haja uma intensificação das interconexões para que a sociedade sobreviva no ambiente contemporâneo. Isso não significa romper com as barreiras, mas melhorar a qualidade das relações em seu próprio seio, permitindo-se também criar relações com outras coletividades.

Sobre a cibercultura no processo de ensino, ela vem promovendo uma série de novas possibilidades de socialização e de aprendizagem mediadas pelo ciberespaço, como ensino realizado por meio dos ambientes virtuais de aprendizagem. González (2012, p.200) ressalta que é preciso “a gestão do conhecimento, o desenvolvimento e o cultivo de uma cultura de conhecimento que possa abrir as portas de uma nova atitude e uma diferente formação diante da informação, comunicação e tecnologias modernas”. A informação, antes produzida e difundida por suportes atômicos (pedra, papel, papiro), circula hoje pelos bits.

Para Lévy (1999, p.157), a cibercultura traz uma nova relação ao aprendizado, uma vez que “o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas”, como, por exemplo,

a percepção, que se amplifica com os sensores digitais, as realidades virtuais. Assim, segundo Santos (1999, p. 5661) “Novos processos criativos podem ser potencializados pelos fluxos sociotécnicos de ambientes virtuais de aprendizagem que utilizam o digital como suporte, a exemplo do ciberespaço”.

Ao analisar, por exemplo, a relação do leitor com o texto, Chartier (1994, p. 100-101) defende que o texto em uma tela de dispositivo móvel modifica profundamente essa relação, assim como as maneiras de ler.

Se abrem possibilidades novas e imensas, a representação eletrônica dos textos modifica totalmente a sua condição: ela substitui a materialidade do livro pela imaterialidade de textos sem lugar específico; às relações de contigüidade estabelecidas no objeto impresso ela opõe a livre composição de fragmentos indefinidamente manipuláveis; à captura imediata da totalidade da obra, tornada visível pelo objeto que a contém, ela faz suceder a navegação de longo curso entre arquipélagos textuais sem margens nem limites. Essas mudanças comandam, inevitavelmente, imperativamente, novas maneiras de ler, novas relações com a escrita, novas técnicas intelectuais.

Está claro que as práticas da cibercultura estão demonstrando a emergência de pensar as novas formas de comunicação tendo em vista as novas demandas criadas no espaço urbano atual o ciberespaço. Tem-se, portanto, uma era da informação caracterizada pela informatização total da sociedade (CASTELLS, 1996), seguindo para a fase dos computadores coletivos móveis, ou denominado também como a Era da Conexão (WEINBERGER, 2003).

E de que forma essas mudanças influenciam no papel do educador? É importante reforçar que o ciberespaço, local onde se instaurou a cibercultura, não é caracterizado apenas

pela informatização e digitalização dos conteúdos, mas se caracteriza principalmente pela interconexão mundial de computadores, a internet.

Essa interconexão, que possibilita que um aluno converse em tempo real com outros estudantes dos mais variados lugares do mundo, de diferentes culturas e diferentes saberes, faz do ciberespaço algo muito além de um simples meio de comunicação ou mídia. Cria o que Santos (1999, p. 56) chama de movimento do *faça você mesmo, onde:*

Ele reúne, integra e redimensiona uma infinidade de mídias. Podemos encontrar desde mídias como jornal, revista, rádio, cinema e tv, bem como uma pluralidade de interfaces que permitem comunicações síncronas e assíncronas a exemplo dos chats, listas, fóruns de discussão, *blogs* dentre outros. A rede é a palavra de ordem do ciberespaço!

Essa noção de rede deixa de exigir o contato presencial em determinado tempo e espaço, possibilita que todos estejamos simultaneamente em vários espaços distintos, gerando comunicações e interações muito além das tradicionais relações espaciotemporais. Com o surgimento dos chats, fóruns, blogs, e todas as redes sociais da Internet, cada indivíduo ganha a liberdade para se conectar a essas diversas redes e se transformar em um potencial emissor e receptor de informações.

Tal mudança na forma de absorver informações tem efeitos diretos na relação docente e discente, em especial com relação às variadas possibilidades de busca pelo conteúdo. Lévy (1999, p.157) defende que essas tecnologias intelectuais favorecem o aprendizado ao fornecer novas formas de acesso à informação por meio da “navegação por hiperdocumentos, caça à informação através de mecanismos de pesquisa, *knowbots* ou agentes de software, exploração contextual através de mapas dinâmicos de dados”.

Para o autor, o ciberespaço proporciona que, sobretudo as memórias dinâmicas, sejam formadas e compartilhadas na rede, entre um grupo numeroso de indivíduos, potencializando a inteligência coletiva dos grupos humanos. Este novo fluxo de saber altera significativamente o problema da educação e da formação. Não seria mais possível planejar e definir com antecedência o que se irá ensinar, uma vez que os perfis de competências singulares ganham mais força neste contexto, tornando a canalização de programas e cursos uniformes, uma opção praticamente insustentável.

Devemos desconstruir novos modelos do espaço dos conhecimentos. No lugar de uma representação em escalas lineares e paralelas, em pirâmides estruturadas em “níveis”, organizadas pela noção de pré-requisitos e convergindo para saberes “superiores”, a partir de agora devemos preferir a imagem de espaços de conhecimentos emergentes, abertos, contínuos, em fluxo, não lineares, se reorganizando de acordo com os objetivos ou os contextos, nos quais cada um ocupa uma posição singular e evolutiva. (LÉVY, 1999, p.158)

A educação e a formações estão, portanto, diante de algumas fortes tendências, entre elas a adoção da EAD (ensino aberto e a distância) no dia-a-dia da educação, com a inclusão das tecnologias da cibercultura (hipermídias, redes de comunicação interativas, etc.), que favorecerá ao mesmo tempo a aprendizagem individual e coletiva em rede.

Mobilidade e novos paradigmas: geracionais e comportamentais

Não há como falar da cibercultura e a Era da Conexão sem relacioná-la à mobilidade. Isso porque o surgimento

das novas formas de comunicação sem fio são responsáveis pelo que Castells (1996) defende como redefinição do uso do espaço de lugar e dos espaços de fluxos. Hoje, os espaços tradicionais estão se transformando em espaços digitais.

Com isso, “[...] uma reconfiguração do espaço e tempo está aparecendo, uma reconfiguração que implica que a forma e o propósito da comunicação definem o ‘público’ e ‘privado’, e não o espaço no qual a comunicação acontece (COOPER, GREEN, MURTAGH, HARPER, 2002, p. 295)”. Essa é a principal característica da cultura da mobilidade, que tem dado o tom à cultura contemporânea. Nela, a comunicação independe do espaço e pode alcançar, simultaneamente, lugares em polos extremos do nosso planeta.

Isso é conseguido porque as informações contidas nessas linguagens podem ser quebradas em tiras de 1 e 0 que são processadas no computador e transmitidas via telefone, cabo ou fibra ótica para qualquer outro computador, através de redes que hoje circundam e cobrem o globo como uma teia sem centro nem periferia, ligando comunicacionalmente, em tempo quase real, milhões e milhões de pessoas, estejam elas onde estiverem, em um mundo virtual no qual a distância deixou de existir (SANTAELLA, 2001, p. 14).

A crescente aderência à mobilidade está criando uma nova dinâmica social na cidade com uma clara mudança da percepção espaço-temporal. Após o advento da Internet, com a consequência de uma nova relação da sociedade em rede, vemos uma clara tendência à mobilidade, comprovada pelo número de celulares com acesso à internet disponíveis e o recente anúncio do governo brasileiro de incentivo ao acesso da população aos aparelhos como *smartphones*, por meio da diminuição ou até isenção dos impostos para os fabricantes.

O tratamento do assunto pelo governo, como uma política de inclusão digital, possibilitará que ainda mais pessoas passem a ter acesso aos aparelhos e, conseqüentemente, à internet. O cenário que se pode prever reforça a ideia de seguirmos em direção de um mundo cada vez mais voltado à mobilidade.

Isso porque os aparelhos de celulares hoje, em especial os *smartphones*, listam uma série de funcionalidades que vão desde telefone, máquina fotográfica, televisão, GPS, tocador de música, gerenciamento de e-mails, visualizador de informações de sites jornalísticos, até para ferramenta para efetuar pagamentos e compras online.

Para Lemos (2004) “O celular expressa a radicalização da convergência digital, transformando-se em um “teletudo” para a gestão móvel e informacional do cotidiano. De media de contato interpessoal, o celular está se transformando em um media massivo”.

As várias possibilidades de interações proporcionadas pelos celulares, bem como os demais dispositivos móveis, estão traçando um novo perfil comportamental dos indivíduos. “Devido sua portabilidade, espaço virtual igual (*virtual peer space*), a cidade não é mais um espaço urbano anônimo; até mesmo ao sair para fazer compras, jovens irão mandar fotos aos amigos dos pares de sapatos que compraram, ou mandar notícias rápidas sobre as ótimas liquidações que estão entrando (LEMOS, 2004)”.

O novo comportamento é marcado pela necessidade da mobilidade e de contato permanente, independente do local ou momento. A rapidez na troca de informação é o que mais tem gerado esse anseio de manter-se constantemente “online”. Porém é preciso um olhar crítico sobre o avanço da mobilidade e sua influência no processo comunicacional.

Nessa perspectiva, os celulares devem ser compreendidos como instrumentos que podem aumentar as possibilidades de emissão e de recepção de informações,

ampliando as probabilidades de comunicação, mas não garantindo, necessariamente, um maior enriquecimento do processo comunicativo (LEMOS, 2004).

Assim como a forma de relacionamento interpessoal tem passado por grandes mudanças por conta do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação móveis e sem fio, essas mesmas tecnologias têm aumentado também os desafios voltados a educação. É necessário que os educadores, bem com as instituições de ensino, identifiquem nestes aparelhos, aplicativos que podem contribuir em sala de aula como recurso pedagógico.

Porém essa ainda não é uma realidade. Para Saccol, Schlemmer e Barbosa (2011, p.30): “Em boa parte das instituições formais de ensino o uso de telefones celulares é restrito, por uma espécie de convenção social.” No caso do Estado de São Paulo, há ainda uma determinação (Decreto nº 52.625, de 15 de Janeiro de 2008) que proíbe o uso de celulares por alunos nas escolas estaduais durante as aulas.

Porém, em uma sociedade que não busca mais apenas o consumo, e sim a troca, conforme exposto nos itens anteriores deste trabalho, propõe-se a pensamento pedagógico com vistas aos benefícios trazidos pela convergência midiática e tecnológica, a fim de que estes dispositivos móveis possam auxiliar a função específica da educação.

O que se entende por “convergência midiática” é portanto a agregação final: o fato de se poder usufruir determinada tecnologia de comunicação e comunhão independente do suporte originalmente proposto para ela. É a criação de uma infraestrutura comum e partilhada que visa à integração entre produtos e serviços convenientes a informação (XAVIER, BATISTA & PAVANELLI, 2009, p 03).

O mercado de desenvolvedores de aplicativos para dispositivos móveis já percebeu esse mercado e vem desenvolvendo serviços para atender as mais variadas necessidades da sociedade, inclusive para o campo da educação. Jogos didáticos desenvolvidos para tablets é uma das apostas dos desenvolvedores, e uma das possibilidades de inserção dos dispositivos nas atividades didáticas.

Este é apenas um exemplo de utilização dos aparelhos *mobiles*, mas há uma grande variedade de aplicabilidades com finalidade educacional. Surge então um novo paradigma na educação, mais especificamente no papel do professor, que deverá adotar uma abordagem diferente, onde os recursos tecnológicos não podem mais ser ignorados. O professor terá como um de seus maiores desafios acompanhar essa vasta quantidade de novas ferramentas e recursos tecnológicos, planejando estratégias de abordagem das novas mídias e tecnologias visando inovações curriculares e didáticas.

O acesso às redes de computadores interconectadas à distância permitem que a aprendizagem ocorra frequentemente no espaço virtual, que precisa ser inserido às práticas pedagógicas. A escola é um espaço privilegiado de interação social, mas este deve interligar-se e interagir-se aos demais espaços de conhecimento hoje existentes e incorporar os recursos tecnológicos e a comunicação via internet, permitindo fazer as pontes entre conhecimentos e tornando um novo elemento de cooperação e transformação (MERCADO, 2002, p. 13-14).

É importante que os educadores da contemporaneidade pensem e criem formas de utilizar estes dispositivos móveis, que já fazem parte do cotidiano, de maneira a proporcionar um conteúdo didático de maneira interativa e elucidativa. Este deve ser o caminho a ser adotado por países que têm o

investimento na tecnologia como um de seus pilares para a democratização da informação e a inclusão digital.

Considerações finais

É evidente que a internet, bem como o amplo acesso aos mais variados dispositivos móveis têm proporcionado novas possibilidades educativas, afetando tanto os sujeitos principais no processo de aprendizagem, os docentes, como também as instituições de ensino que precisam adotar e absorver essas mudanças no processo educacional.

Na Sociedade da Informação e do Conhecimento, não se pode mais esperar que os alunos tenham apenas uma fonte de informação, mas sim várias, sendo todas viabilizadas pelo amplo acesso à internet. Neste contexto, os estudantes captam a informação proveniente desses diversos dispositivos e (re)criam sua própria realidade, tornando estes equipamentos elementos fundamentais para a sua formação.

Cabe, portanto, aos professores neste cenário atuarem como facilitadores desse processo educativo, compreendendo que o ensino não é mais concebido isoladamente, mas em conjunto com as várias possibilidades de aprendizados que o aluno detém fora da sala de aula.

Aumentam suas obrigações e responsabilidades, na mesma medida em que surgem novas mídias e novas pontes de comunicação entre o aluno e o mundo exterior. A integração do modelo pedagógico tradicional, com a constante atualização dos professores com relação às novas mídias, passa a ser condição *sine qua non* para a atividade da docência. Não basta adquirir computadores, tablete, notebooks ou outros instrumentos tecnológicos, é preciso repensar a dinâmica do conhecimento com vistas ao novo fluxo de comunicação e informação.

Referências

CASTELLS, Manuel. The informational economy and the new international division of labor. In.: CARNOY, M. et al. **The new global economy in the information age**. Londres: MacMillan, 1993.

_____. **A economia informacional: a nova divisão internacional do trabalho e o projeto socialista**. Cadernos do CRH, n.17, Salvador, julho/dezembro de 1992.

_____. **The Rise of the Network Society**. Volume I. The Information Age: Economy, society and culture., Oxford, Blackwell Publishers, 1996.

CHARTIER, R. **Do códex à tela: as trajetórias do escrito**. In: CHARTIER, R. A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII. Brasília, DF: UnB, 1994. p. 95-111

COOPER, G., GREEN, N., MURTAGH, G.M., HARPER, R., Mobile Society? Technology, distance, and presence., in WOOLGAR, S., **Virtual Society. Technology, cyberbole, reality.**, Oxford, Oxford Press, 2002, p. 286-301.

GONZÁLEZ, Jorge A. **Entre cultura(s) e cibercultura(s): incursões e outras rotas não lineares**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2012.

LASTRES, Helena Maria Martins & ALBAGLI, Sarita. Chaves para o Terceiro Milênio na Era do Conhecimento. In: LASTRES, Helena Maria Martins & ALBAGLI (orgs), Sarita. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento** – Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____.& FERRAZ, João Carlos. Economia da Informação, do Conhecimento e do Aprendizado. In: LASTRES, Helena Maria Martins & ALBAGLI (orgs), Sarita. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento** – Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade**: a Era da Conexão. Revista Razón y Palabra. Out-nov/2004. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html>. Acesso em 13/04/2013.

LEMOS, A. Cibercultura. **Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.**, Sulina, Porto Alegre., 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999

_____. A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. In.: MARTINS, Francisco Menezes & SILVA, Juremmir Machado da (orgs). **Para navegar no Século XXI**: Tecnologia do Imaginário e Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 1999.

MERCADO, Luís Paulo Leopoldo. Formação docente e as novas tecnologias. In: MERCADO, Luís Paulo Leopoldo (org.). **Novas tecnologias na educação**: reflexões sobre a prática. Maceió: EDUFAL, 2002

LOJKINE, Jean. **A Revolução Informacional**. São Paulo, Editora Cortez, 1995.

SACCOL A., SCHLEMMER E. e BARBOSA J. **m-learning e u-learning** – novas perspectivas da aprendizagem móvel e ubíqua. São Paulo: Pearson, 2011.

SANTAELLA, Lucia. A crítica das mídias na entrada do século XXI. In: PRADO, J. L. A. (org.). **Crítica das**

práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hackers Editores, 2002.

_____. **Matrizes da linguagem e pensamento:** sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTOS, Edméa. **Educação Online para além da EAD:** Um fenômeno da Cibercultura. Artigo publicado nas Atas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. Braga: Universidade do Minho, 2009.

TAKAHASHI, Tadao. **Sociedade da Informação no Brasil:** livro verde – Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000, 195p.

TEIXEIRA, Adriano Canabarro. **A educação em um contexto de cibercultura.** Revista Espaço Acadêmico, n.139, dez/2012, ano XII.

XAVIER, Guilherme; BATISTA, Gabriel; PAVANELLI, Natalia. **Dispositivos Móveis na Educação,** 2009. Artigo disponível em: http://www.dinergia.pro.br/_files/gx_silid-simar2009.pdf. Acesso em :14/04/2013.

WEINBERGER, D., **Why Open Spectrum Matters.** The end of the broadcast nation., in <http://www.evident.com>, 2003.

12.

A pedagogia radiofônica de Mario Kaplún: a educação como meta possível e permanente

ANTONIO FRANCISCO MAGNONI
ESMERALDA VILLEGAS URIBE
JULIANA GOBBI BETTI

Introdução

“Definir o que entendemos por comunicação, equivale a dizer em que classe de sociedade queremos viver”.
Mario Kaplún

Desde a publicação de *Producción de Programas de Radio*, em 1978, ocorreram grandes mudanças nos cenários políticos, econômicos, sociais e culturais dos países da América Latina. No entanto, as contribuições de Kaplún permanecem como fontes clássicas e fundamentais para a pesquisa, o ensino e a prática profissional no veículo rádio, bem como da própria comunicação radiofônica.

Deste modo, “recuperar sua trajetória e seu pensamento é recuperar uma parte importante do debate comunicacional e pedagógico latino-americano e encontrar nele aspectos em plena vigência”, como afirma seu filho Gabriel Kaplún (KAPLÚN G., 2006, p.35)¹.

Mario Kaplún (1923–1998) foi professor, pesquisador, jornalista, publicitário, roteirista, produtor, diretor e âncora de programas de rádio e televisão, além de autor de diversas obras de referência no campo da comunicação. Sua trajetória profissional foi multifacetada, entretanto, “podemos simbolizar a sua contribuição quando o descrevemos como educador e comunicador, no mais amplo sentido da junção destas palavras” (MEDITSCH, BETTI, 2008, p.92).

Kaplún descobriu os meios de comunicação como novos instrumentos para trabalhar com educação pouco antes de graduar-se no magistério. Sua principal contribuição destaca-se no conceito pioneiro de comunicação educativa enquanto agente transformador da realidade social, com produções criativas, diretamente vinculadas às necessidades das comunidades. Neste modelo, a mensagem é um meio, um instrumento para suscitar processos e alcança seu ápice quando os destinatários a compreendem, discutem, recriam e aplicam (KAPLÚN, 1998, p.250).

A iniciação em educação fez dele um comunicador democrático, que sempre respeitou as identidades locais e buscou as possibilidades e os estímulos para criar formas interativas de comunicação, muito antes da interatividade ser projetada como recurso comunicativo praticamente inerente às tecnologias digitais e de servir como novo atrativo da comunicação comercial.

1. Gabriel Kaplún foi o único entre os três filhos de Mario Kaplún e Ana Hirz que seguiu carreira na área da Comunicação. Mestre em Educação e Doutor em Estudos Culturais, atualmente é diretor do curso de Licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidad de la República, Uruguai.

Mário Kaplún acreditava que muito além de *como*, era necessário compreender *para que* produzimos rádio, propondo uma pedagogia para o meio radiofônico. O que significa que além da preocupação com os aspectos éticos e narrativos, priorizava os referidos aos objetivos e o sentido fundamental da ação comunicativa. Assim, justificamos a escolha do pensamento do autor para compor esta coletânea tanto pela extraordinária atualidade presente em uma obra publicada originalmente em 1978, quanto pela relevância e aplicabilidade de sua teoria. Os aportes conceituais e profissionais de Kaplún têm logrado resistir ao tempo e aos frequentes ciclos de atualização tecnológica e de hábitos culturais, também têm transposto as barreiras geográficas e idiomáticas.

Biografia do Autor

“Pego pelo vírus da comunicação” – conforme ele mesmo define – foi aos 17 anos, em meados de 1940, que Mario Kaplún iniciou sua carreira na área, abandonando os estudos² pouco antes de se formar professor (KAPLÚN, 1993, p.125). Como ouvinte que encantou-se pelo rádio ainda muito jovem, uma paixão que estimulou a vocação de comunicador e radialista (KAPLÚN G., 1999)³.

O caminho de ouvinte a produtor foi rápido, em aproximadamente um ano, já estava produzindo e dirigindo *O clube do livre debate*, um programa juvenil transmitido na Rádio Stentor de Buenos Aires. Posteriormente, trabalhou em um estúdio de gravação e fazendo todo o tipo de serviços. Sua

2. Professorado em Filosofia e Psicologia.

3. Gabriel Kaplún. “El viajero”, Em: Comunicación, Educación y Cultura- Relaciones, Aproximaciones y Nuevos Retos. Págs. 163-170

experiência no rádio educativo teve início em 1º de setembro de 1942, com apenas 19 anos, quando a Rádio do Estado e a Rede Argentina de Emissoras Splendid transmitiram seu primeiro roteiro sobre a história argentina (KAPLÚN, 1999, p.165). Não demorou para que Kaplún assumisse a direção da *Escuela del Aire*. Em sua autobiografia o autor conta que, com a audácia de jovem foi solicitar a tarefa ao diretor da emissora, pois estava insatisfeito com a forma que estavam dirigindo seus roteiros (KAPLÚN, 1993, p.127).

Neste período a programação radiofônica apresentava radioteatros, revistas, programas de auditório, humor, que eram transmitidos pelas mais de 50 estações de rádio em todo país, e para aproximadamente um milhão de aparelhos de rádio. (ELIADES, p.8). E neste cenário, Kaplún compreendia a potencialidade educativa do meio. A preocupação com o desenvolvimento político, econômico, social e cultural nas comunidades interioranas marcou as produções de Kaplún, assim como suas experiências e convicções pessoais.

Foi a censura do regime peronista que obrigou a deixar Argentina e mudar-se com Ana Hirz sua esposa e com Daniel seu primeiro filho para Montevideu no ano 1952, “em busca de ares mais livres e mais dignos” (KAPLÚN, 1993, p.127). No Uruguai trabalhou no programa *Buenas Noticias* da Rádio Carve. Posteriormente vinculou-se com a *Gallardo Propaganda*, uma agência publicitária nacional da qual se tornaria sócio. Além de seu trabalho como publicitário, foi produtor jornalístico de programas de televisão.

Neste período, além do crescente interesse de Kaplún pela educação, também merece destaque seu afastamento do judaísmo - uma herança religiosa familiar - e a aproximação do cristianismo. “O sentido de busca religiosa levou a Mario e Ana em 1958 à Franca, para viver na comunidade não violenta - A Arca, dirigida por Lanza del Vasto, o “mensageiro da paz” de Gandhi

na Europa. Passaram quase um ano nesta comunidade” (SILVA PINTOS, 2001).

De volta ao Uruguai a família Kaplún vinculou-se ao Centro Pedro Fabro de orientação cristã, aproximando-se do teólogo, pensador e humanista Juan Luis Segundo, “que a partir do Concílio Vaticano II propôs uma teologia baseada na liberdade do homem – o homem como criador de si mesmo e cocriador do mundo –, distante do fundamentalismo de alguns dogmas e enfrentando a teologia meramente intelectual” (SILVA PINTOS, 2001). Esta vivência, na qual se mantiveram vinculados por quase 25 anos, foi determinante em muitas das experiências educativas e comunicacionais de Kaplún, que incorporou a pergunta pedagógica e o questionamento da realidade como atitudes constantes.

Entre 1962 e 1968 Mario César⁴ produziu e apresentou *Sala de Audiências*, um programa semanal de debates políticos e sociais. O autor lembra que “participavam, como convidados e polemistas, as personalidades mais relevantes do mundo político, os mais prestigiados intelectuais, etc. Os debates que realizávamos eram, no dia seguinte, pautas de jornais, comentários editoriais; transcendiam” (KAPLÚN, 1993, p.128). Com o início de um arranjo ditatorial no governo de Pacheco Areco a censura no Uruguai no final dos anos 1960, a suspensão de direitos constitucionais e as pressões dos militares no início da década de 1970 o forçaram a viajar pela América Latina.

No final da década encontrou exílio na Venezuela e engajou-se com o CESAP (Centro de Serviço da Ação Popular), uma instituição não governamental na qual organizou a divisão de Comunicação e Cultura Popular.

4. Pseudônimo utilizado por Kaplún.

A partir daí, junto com Ana, realizou cursos a grupos de base venezuelanos sobre comunicação fotográfica, audiovisual e jornalística e também sobre teatro, aplicando uma metodologia de capacitação de comunicadores / educadores populares. Pouco tempo depois a Divisão criou os laboratórios latino-americanos de Comunicação Popular, um projeto que durante quatro anos formou mais de cem comunicadores / educadores populares de 16 países de América Latina (SILVA PINTOS, 2001).

A peregrinação de Kaplún pelas nações da América Latina, acossadas pelo autoritarismo e pelas enormes desigualdades, permitiu que ele tivesse contato com as características, semelhanças e especificidades das populações, fazendo com que suas ideias (tanto para suas produções quanto para suas teorias) refletissem aflições e necessidades reais, além de possibilitar que os diferentes países aproveitassem suas potencialidades de educador e comunicador por meio de inumeráveis cursos e seminários em diversos lugares da região e além daqueles ministrados no CIESPAL. A incursão como docente o encaminhou para a estruturação dos conceitos desenvolvidos, que até então eram furto de sua prática. A exemplo da obra *Producción de Programas de Radio*, como explica o autor,

A primeira grande experiência como professor de comunicação ocorreu no Peru, em 1974. Darcy Ribeiro dirigia em Lima um programa das Nações Unidas de apoio ao governo peruano (eram os dias da revolução peruana de Velasco Alvarado). Darcy soube de mim e convidou-me para ministrar um curso de rádio a nível nacional para comunicadores de diferentes serviços estatais. [...] Ali comecei a sistematizar uma pedagogia do rádio - seus gêneros, sua linguagem - que mais tarde utilizei em meu

livro *Producción de Programas de Radio* (Quito: CIESPAL, 1978) (KAPLÚN, 1993, p.131).

Ainda, a atividade docente foi de grande importância durante seu exílio na Venezuela, chegou ao país em 1978, por meio de um contrato com a Universidade de Trabalhadores da América Latina (UTAL). Logo integrou-se à Divisão de Comunicação e Cultura Popular do Centro ao Serviço da Ação Popular (CESAP), uma organização não governamental, passando de produtor à “capacitador e potencializador de novos emissores populares” (KAPLÚN, 1993, p.131-132).

Após a reabertura democrática do Uruguai, Kaplún retornou ao país, em meados 1985, como docente do curso de Licenciatura em Ciências da Comunicação na Universidade da República. Lá, junto com outros colegas, reformulou a grade do curso, incluindo uma especialização em Comunicação Educativa. Ainda, fundou e ativou o programa universitário “Aprendizaje y Experiencia-APEX”, sediado no bairro “El Cerro” em Montevidéu e permaneceu vinculado a esta experiência até o fim de sua vida.

A vivência na prática profissional marcou a sua carreira teórica, seu “conhecimento dos meios, de seus modos de produção, de sua lógica comercial também emana, como pode ser visto, de um contato direto com eles” (KAPLÚN, 1993, p.128). Desse modo, suas contribuições são marcadas por uma visão mais realista, construída “pela valorização da boa técnica e a compreensão do papel da competência e do talento na construção de uma mídia voltada para a educação permanente, em oposição à visão simplificadora que a área pedagógica costuma ter da comunicação” (MESDITCH, BETTI, 2008, p. 93):

O diálogo entre educação e comunicação está longe de ser fluido e frutífero. O mais frequente é que a primeira entenda a segunda em termos subsidiários

e meramente instrumentais, a concebendo tão somente como veículo multiplicador e distribuidor dos conteúdos que ela predetermina. [...] Desta forma foi-se petrificando o duplo e pertinaz mal entendido: a comunicação equiparada ao emprego de meios tecnológicos de transmissão e difusão e, ao mesmo tempo, vista como mero instrumento subsidiário, percepção que a cerceia e a despoja do muito que ela tem para oferecer aos processos de ensino/aprendizagem” (KAPLÚN, 1973).

A produção bibliográfica do autor foi vasta e diversa. Em sua obra podemos destacar o importantíssimo e clássico: *Producción de Programas de Radio: El guión, La realización* (1978); *Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos* (1983), livro encomendado pela UNESCO, no qual Mário Kaplún fez um estudo acerca das tendências e estratégias de comunicação na educação de adultos latino-americanos. Há também *Comunicación entre grupos: El método del Cassette-Foro* (1984), que demonstra a metodologia desenvolvida para educação de adultos, com o uso de um sistema de comunicação comunitária baseada na utilização de gravações em fitas cassete. Em *El Comunicador Popular* (1985) analisa os modelos comunicacionais a partir dos distintos tipos de pedagogias e *A la Educación por la Comunicación: la practica de la comunicación educativa* (1992), onde mostra as relações entre estes dois campos de conhecimento e a práxis. Em seu último livro *Una pedagogía de la Comunicación* (1998) reafirma a potencialidade pedagógica dos meios de comunicação e a importância da participação dos alunos, ou seja, da interação no processo de educação à distância. Ainda, publicou diversos textos em jornais, periódicos acadêmicos e manuais.

A comunicação educativa como proposta metodológica

Mario Kaplún foi um dos precursores da comunicação educativa. Logrou estabelecer criativamente relações entre a educação e a comunicação e trouxe estas relações para o campo da educação de adultos e da rádio educativa assinalando suas potencialidades pedagógicas, democráticas, participativas, estéticas e técnicas. O autor criou uma proposta metodológica na qual a educação transforma-se em um processo participativo de comunicação. O educando (aluno) é o próprio emissor, o produtor de suas mensagens que se envolve em um processo formativo de auto-educação. De acordo com o autor, o valor educativo da comunicação não estaria não só no produto final, mas no processo de construção, no crescimento que se dá com os participantes no ato de comunicar-se. Esta proposta de potencializar emissores está presente em toda sua produção bibliográfica, em suas pesquisas e trabalhos comunitários, e em seu rol de educador e comunicador popular.

Em 1976, esta preocupação por converter os receptores em emissores da mensagem levou Kaplún a desenhar e aplicar o método Cassete-Fórum, um “programa de pesquisa ação”, cujo objetivo principal era fazer do processo comunicacional um diálogo intergrupar, um processo real de ida e de retorno de informações, de um modo que voltasse para os receptores de forma mais crítica e participativa. O modelo permitia ao destinatário não só receber a mensagem, mas também responder e dialogar. Envolveria uma dimensão de intercâmbio intergrupar que favorecia a condição de co-emissores de todos os participantes. Com o apoio de Luis Ramiro Beltrán e Elizabeth Fox, por meio do International Development Research Centre, Kaplún pôde aplicar o método com grupos de cooperativas de agricultores uruguaios

entre os anos de 1977 e 1978. O grupo recebia material sobre um tema pontual em um lado da fita; no outro lado gravava seu próprio aporte; no final recebia uma nova gravação com as sínteses dos aportes de todos os grupos, o intuito era de superar a unidirecionalidade e recuperar o sentido dialógico da comunicação (KAPLÚN, 1993, p.136). Ao orientar sobre a organização para a aplicação do método C-F, Kaplún novamente explica a necessidade de estabelecer objetivos, “o programa conseguirá ser eficaz à medida em que possam responder aos interesses e necessidades dos participantes” (KAPLÚN, 1990, p.52-53).

A prática com grupos populares o permitiram desenhar também o método Leitura Crítica de Meios, que acabaria por aplicar formalmente alguns anos depois. O método sustenta a ideia de que, para potencializar novos emissores há que exercitar a capacidade crítica deles, a qual exige ensinar-lhes a decodificar cultural e ideologicamente as mensagens para que possam analisá-las, compreende-las e posicionar-se diante delas (SILVA PINTOS, 2001).

Para Kaplún era prioritário estimular a capacidade de olhar a realidade além das aparências. Sua perspectiva de análise alertava para a necessidade de propiciar a consciência crítica nos cidadãos, como um meio para fomentar verdadeiras mudanças sociais. É no rádio onde enfatiza sua vocação pedagógica original, e é lá também onde estabelece as articulações entre a comunicação e as teorias da aprendizagem. Ele sempre buscou visualizar as potencialidades e limitações pedagógico-comunicacionais dos meios e apontou a necessidade de uma comunicação educativa comprometida com a transformação social das realidades percebidas como injustas, pela maioria das populações da América Latina. Por exemplo, o método de leitura crítica e a sua

preocupação com o ideológico aparecem em suas mais reconhecidas séries radiofônicas, *Jurado no. 13* e *El Padre Vicente*, com as quais buscava incentivar o conhecimento e debate da realidade.

Afinidades e influência no pensamento de Kaplún

Além do Centro Pedro Fabro, o ideário de Paulo Freire fundamentado em uma educação libertadora e transformadora constituiu o núcleo ideológico que influenciou diretamente o trabalho desenvolvido por Kaplún. A concepção pedagógica freireana incentivou a criação de um mecanismo de trabalho sustentado mais em perguntas que em respostas e se preocupando mais com o processo comunicativo, do que com o conteúdo das mensagens ou nos efeitos que elas poderiam provocar. Estas propostas refletiram-se nos programas de rádio e televisão e nas atividades de comunicação popular empreendidas por Mario Kaplún (SILVA PINTOS, 2001). O construtivismo marxista de Célestine Freinet também foi uma importante fonte de inspiração e referência,

O educador popular francês questionou na década dos anos 20, o modelo de ensino memorístico e mecânico através do desenvolvimento de uma pedagogia que levava em conta a realidade socioeconômica e cultural do educando e promovia a aprendizagem como construção coletiva. Com a introdução da imprensa na aula, estabeleceu como eixo do processo de ensino/aprendizagem a produção de um jornal: uma estratégia pedagógica inovadora que gerava o envolvimento entusiasta de todos seus alunos, assim como o compromisso com suas realidades mais imediatas (SILVA PINTOS, 2001).

Em *Producción de Programas de Radio*, Kaplún fundamenta-se na caracterização dos modelos de educação proposta por Juan Díaz Bordenave⁵ para discutir como devemos utilizar as técnicas radiofônicas a serviço de uma ação educativa. De acordo com o autor, a distinção se daria pela ênfase no conteúdo, no resultado ou no processo. Kaplún (1994, p.26-35) compreende que a divisão não impõe barreiras estanques e que os métodos que determinam cada modelo podem ser utilizados de forma complementar. No entanto, afirma que, em uma esquematização bastante pontual, poderíamos definir que o primeiro tipo objetiva que o sujeito aprenda, o segundo busca que o sujeito aja. Ou seja, que ele adote determinadas práticas que lhe são indicadas, e o terceiro tipo é aquele que permite e incentiva que o indivíduo pense. A educação com ênfase no processo pretende que o sujeito aprenda a aprender e desenvolva sua capacidade intelectual conjuntamente com sua consciência crítica e social, sempre em um processo de interação dialética entre o indivíduo e sua realidade.

Referenciando *Los materiales de autoaprendizaje: Marco para su elaboración*⁶, Silva Pintos aponta que é na década de 1990 que Kaplún identifica

-
5. BORDENAVE, Juan Díaz. Las nuevas pedagogías y tecnologías de comunicación: sus implicaciones para la investigación. Colômbia, 1976, edição mimeografada do texto apresentado na reunião de consulta sobre Pesquisa em Comunicação para o desenvolvimento rural na América Latina.
 6. Documento escrito por Kaplún (1995, p.9) para “delinear uma pedagogia de autoaprendizagem e, a partir dela, propor critérios metodológicos e orientações técnicas para a produção de materiais de autoformação, seu planejamento, seus passos preparatórios e sua elaboração, compreendendo o enquadre comunicativo e criativo e os aspectos relativos à redação, o estilo e ao desenho gráfico”. A publicação atendeu a uma iniciativa da UNESCO/OREALC.

“sua afinidade com as correntes pedagógicas construtivistas, mais concretamente com as ideias do psicólogo suíço Jean Piaget sobre a aprendizagem como processo autónomo de descoberta individual, com os aportes do psicopedagogo estadunidense Jerome Bruner que inspirado em Piaget, promoveu a ideia de aprendizagem como processo construído na exploração e na práxis, e com o psicólogo e linguista russo Lev Vygotsky, que aprofundou o conceito de aprendizagem como processo social em quanto o sujeito aprende na interação com os outros” (SILVA PINTOS, 2001).

Combinado com estas influências, os debates efetuados na Conferência Episcopal em Medellín, Colômbia (1968) e as linhas de compromisso propostas pelos teólogos da libertação, também alimentaram as propostas educacionais de Máximo Kaplún. O autor recupera a raiz latina da palavra comunicação, “communis”, e propõe retomar o sentido original que implica em socializar, tornar comum, mas também em interagir, dialogar. Todos os programas radiofônicos e especificamente os radioteatros demonstraram este selo particular.

Jurado no. 13 e El Padre Vicente foram séries que usaram a ficção pedagogicamente para questionar a realidade, radioteatros com objetivos educativos, que não só procuram entreter, mas ser um instrumento para a comunicação educativa. Os roteiros traziam temáticas relevantes e polêmicas, como divórcio, a continuidade da educação formal para mulheres e controle de natalidade, sempre buscando inserir o ouvinte na discussão, fazendo-o pensar sobre as situações, entender as variáveis que levavam as personagens a ter determinadas atitudes.

Nas propostas realizadas por Mario Kaplún, estabeleceu-se uma conjunção entre elementos emotivos e componentes racionais que ajudam a analisar. O sentir e o pensar não estão divididos (VILLEGAS, 2012, p.64).

Uma pedagogia da produção radiofônica

Producción de Programas de Radio: El guión, la realización foi publicado há trinta e cinco anos. O livro é dividido em dezessete capítulos, agrupados em quatro partes e apresenta uma proposta teórica e metodológica para o desenvolvimento de uma pedagogia radiofônica. Nele, Kaplún aborda a técnica e especificidades do rádio e explica todas as etapas da produção, desde a concepção e escritura do roteiro, até a gravação e a pós-produção. No entanto, o autor esclarece que sua obra pretende ser mais que um manual de parâmetros e indicações técnicas,

[...] Aspira, portanto, ser uma ferramenta útil nas mãos daqueles que, sentindo a comunicação como uma vocação, não vendo no rádio apenas uma profissão e um modo de vida, mas concebendo-o como um instrumento de educação e cultura popular e como promotor de um desenvolvimento verdadeiro, que pensam que este, como todos os meios de comunicação de massa, tem um papel social a desempenhar, contribuindo para atender as necessidades urgentes do povo de nossa região (KAPLÚN, 1994, p.17-18).

O autor, desde o primeiro capítulo da obra anteriormente citada, coloca em discussão a categorização de gêneros e formatos radiofônicos e argumenta que as divisões dos programas em informativos, educativo-culturais e de entretenimento não devem ser utilizadas como fator limitador para a criatividade dos profissionais durante a produção de linguagem e de sentidos. Ou seja, um mesmo formato pode receber conteúdos com diferentes finalidades comunicativas e os programas de entretenimento também podem informar e educar. Tampouco, os programas

de informação ou educativo-culturais devem ignorar os aspectos estéticos e subestimarem a necessidade de oferecer bons atrativos para seus ouvintes. Uma lição amparada em sua experiência com a produção de *Jurado no. 13*, que, de acordo com o próprio Kaplún, comprovou que é possível fazer programas educativos, com conteúdo social crítico, de maneira atraente e alcançando as audiências populares, inclusive em emissoras comerciais (KAPLÚN, 1993, p.130).

Kaplún é um comunicador munido de refinada percepção, disposição, ferramental prático e de vasto conhecimento educativo. Por isto, sempre parte da premissa de que todos os programas radiofônicos possuem potencial educativo, desde que haja intenção e recursos de formação para desenvolver nos profissionais e estudantes de comunicação, a capacidade de aliar diversas formas, com diferentes conteúdos para várias finalidades específicas. O desafio concebido por Kaplún começa com a dificuldade cotidiana de se conjugar dialeticamente gêneros, formatos, conteúdos e finalidades comunicativas, com necessidades de ensino regular ou de formação com escopo cultural mais universal.

Deste modo, como inserir seus conceitos no ensino da prática radiofônica? Temos o entendimento de que este intrincado processo cognitivo poderá ser composto primeiramente por três etapas: 1. incentivar os alunos a conhecer e analisar criticamente a produção radiofônica já existente; 2. Identificar os níveis de interesse do aluno pelas informações culturais-educativas, quais os conceitos que eles trazem de conteúdo educativo e também por que tipos e atividades de entretenimento eles são preferencialmente motivados; e 3. ampliar a compreensão deles sobre o desenvolvimento social, econômico, político e cultural das comunidades nas quais estão inseridos e apontar a comunicação radiofônica como recurso permanente e ferramenta eficiente para ensino regular e para difusão de informações práticas ou

de formação cultural local ou universal. No Brasil o rádio completou 90 anos de sua primeira transmissão oficial com aproximadamente 4089 emissoras comerciais (AM/FM)⁷, 4449 emissoras comunitárias autorizadas⁸ e 176 emissoras FM Educativas⁹. Considerando um universo desta magnitude podemos seguramente afirmar que, seja no trajeto histórico ou na programação cotidiana atual, o rádio brasileiro possui grande diversidade de produtos e de formatos, que muitas vezes, apresentam excelentes padrões de qualidade. E, apresentar esta produção aos alunos é o primeiro passo.

O conhecimento das produções transmitidas pela imensa quantidade e diversidade de emissoras brasileiras, nos permite analisar os acertos e erros cometidos, e serve como referencial para auxiliar a fundamentação do planejamento da produção radiofônica regional ou até nacional, de gêneros, formatos e conteúdos para ensinar e educar em muitas localidades em que as estações de rádio são as principais interlocutoras da vida pública e da existência privada. Muitas rádios servem como repositórios da cultura e dos costumes locais e também de tribuna para o debate econômico, político, religioso e muitos outros problemas ou dos conflitos da comunidade.

Então, qualquer proposta de formação de novos quadros para atuar na educação e ensino pelo rádio, ou mesmo pela televisão e pelos novos meios informáticos, seja de profissionais do meio, de leigos interessados em dominar os

7. Mídia Dados 2012, p.428-429.

8. Dados do Ministério das Comunicações referentes ao mês de maio de 2012. Disponíveis em: <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao/dados-gerais/25306-radiodifusao-comunitaria>

9. Dados do Ministério das Comunicações referentes ao mês de maio de 2012. Disponíveis em: <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao/dados-gerais>

segredos do(s) veículo(s) ou de estudantes de comunicação, de pedagogia e de tantas outras licenciaturas dedicadas a formar professores, deve se preocupar com identificação das especificidades da programação e as preferências da população em relação a determinados tipos de programas e de repertórios. Afinal os comunicadores educativos, sejam radiofônicos ou de outros meios, sempre desejam adicionar determinados repertórios e experimentar novos formatos e linguagens, ao realizar propostas de educação mediada.

No caso de rádio, ao se apresentar um programa com finalidade educativa e cultural, é imprescindível avaliar e respeitar os modelos de linguagem e as formas de apresentação utilizadas pelas emissoras em determinadas comunidades. Aquelas pessoas estão habituadas a ouvir um tipo de programação e a interagir com seus locutores e apresentadores, e, poderão rechaçar uma alteração abrupta de linguagem, de conteúdo e da maneira de apresentar um programa.

Muitas vezes os jovens estudantes, pela euforia da possibilidade de experimentar, de criar e de questionar padrões, em um comportamento tão próprio da idade, costumam espalhar o discurso sobre a necessidade de inovação pelas salas de aula e pelos espaços de representação discente e de convivência acadêmica, empolgando-se facilmente com ideias nem sempre tão novas. É exatamente por esta razão, que é imprescindível que a universidade conte com o conhecimento e a experiência de seus professores para orientar um experimento de comunicação educativa. Só assim a comunidade universitária conseguirá cumprir verdadeiramente seu papel de estimular a experimentação e a inovação dos conhecimentos e das práticas de educação mediada. A pesquisa e a ação acadêmica deverão partir da apresentação dos padrões históricos e da observação dos formatos, linguagens e conteúdos atuais, e cobrar de professores e alunos, a coleta sistemática de dados, realizando constantemente análises

críticas dos resultados ou efeitos das novas produções apresentadas a partir de pressupostos renovadores.

Kaplún pretende não somente demonstrar que um programa radiofônico que objetiva a educação não precisa ser chato, mas sim, que não deve sê-lo, deste modo, ampliar a compreensão dos estudantes e produtores de rádio para que possam partilhar desta visão consiste na quebra de preconceitos comunicativos. Se experimentação é um conceito imediatamente contagiante nos espaços universitários, propor a produção de programas educativos parece causar o efeito oposto, remetendo à monotonia de um processo educativo verticalizado, impositivo e invariável. Para vencer a resistência inicial buscamos demonstrar que,

[...] bem como o programa educativo propriamente dito, o anúncio publicitário que assegura que vestindo uma camisa de tal marca “se vence na vida”, um programa cômico, uma radionovela sentimental, um comentário jornalístico, uma transmissão esportiva, uma canção popular, constituem também fatores educativos, já que todos influenciam na formação de valores e nos padrões de comportamento do público (KAPLÚN, 1994, p.20).

Na perspectiva do autor toda a produção midiática teria potencial educativo, de modo que caberia aos envolvidos no processo de produção se responsabilizar, realizar programas com conteúdo e objetivos autenticamente educativos corresponde à capacidade de captar o interesse das grandes audiências populares e atender às suas necessidades (KAPLÚN, 1994, p.21). É evidente que o potencial cultural-educativo da comunicação midiática comercial é sufocado pela predominância dos programas de entretenimento que estimulam o consumo de uma profusão de bens materiais e simbólicos, principal sustentáculo do

faturamento publicitário dos oligopólios de radiodifusão existentes em quase todos os países da América Latina.

Ainda, como afirma Kaplún, qualquer que seja a orientação pedagógica escolhida, é necessário conhecer o meio com o qual se vai trabalhar, sua natureza, especificidades e exigências (KAPLÚN, 1994, p 46).

Na medida em que o educador-comunicador seja criativo, irá incorporando cada vez mais novos gêneros, novos recursos, novas soluções. [...] Nossa tarefa não termina, então, no momento em que selecionamos os temas e conteúdos para nossa emissão; seria correto afirmar que ali começa, [...] toda mensagem educativa deve ser “traduzida”, reelaborada e colocada na linguagem radiofônica. (KAPLÚN, 1994, p.81).

E dentro dos processos de codificação e decodificação das mensagens apropriadas para esta linguagem radiofônica, Kaplún entende que é importante facilitar a compreensão do ouvinte, embora acredite também que é necessário estimular o trabalho de decodificação por parte do destinatário, não dando todas as informações previamente interpretadas. Assim concluindo que “devemos codificar nossa mensagem de tal modo que ele (ouvinte) tenha que pôr algo de sua parte, que tenha que participar para decodificá-la (associar situações, interpretá-las, vivê-las intelectual e emocionalmente, extrair conclusões, etc.)” (KAPLÚN, 1994, p.96). O método proposto pelo autor é de caminhar ao lado do ouvinte, nem atrás, nem à frente dele.

Contudo, a mudança efetiva só começa com a compreensão do conceito de educação proposto pelo autor. Costumamos atrelar a educação ao espaço formal da sala de aula ou à orientação de um professor. No entanto, a educação proposta pelo autor é aquela que vai estimular

o desenvolvimento social e cidadão. Kaplún acredita que a produção radiofônica pode ser uma forma eficiente de visibilidade às carências da população latino-americana, suprindo-as, quando possível, através da educação. Para ele, a educação radiofônica deve ser entendida para além das emissoras especializadas agregando todas as transmissões que incentivem a promoção o desenvolvimento integral do homem e da comunidade, se propondo a elevar o nível de consciência crítica e convertendo o homem em um agente ativo na transformação de seu entorno.

A função do educador-comunicador não consiste somente em transmitir novos conhecimentos (= novas experiências), mas também, e talvez mais ainda, para apresentar ao ouvinte as experiências que já está vivendo e dar-lhe ferramentas para decodificá-las, interpretá-las, analisá-las, para compreender suas causas (KAPLÚN, 1994, p.91).

Na perspectiva de Kaplún, produzir programas com conteúdo educativo seria, então, cumprir o papel social dos meios de comunicação, e esse conteúdo pode ser desenvolvido nos diferentes gêneros e formatos, inclusive no jornalismo. Ainda hoje a desinformação é um dos principais problemas sociais, pois uma população que não está informada ou recebe informações insuficientes ou manipuladas não é capaz interpretar criticamente seu entorno.

As possibilidades educativas da informação jornalística radiofônica ganham destaque na obra do autor, que explica regras básicas de redação deste material e discute critérios de seleção tratamento da informação.

Algumas considerações sobre o contexto brasileiro

Apresentar as ideias de Mario Kaplún é dialogar com ideais clássicos de grandes pensadores brasileiros. Em 1923, Barbosa Lima Sobrinho já afirmava que “a imprensa ensina, educa, dirige, inspira” (SOBRINHO, 1997, p.26). Durante os anos 1920 a proliferação mundial de emissoras e de redes de radiodifusão e o desenvolvimento do cinema sonoro foram dois eventos vitais para a caracterização do modo de vida contemporâneo. A radiodifusão projetou amplamente a música, o disco, o próprio cinema sonoro, o teatro, os espetáculos artísticos, a literatura, o jornalismo, a moda e a publicidade, como bens de consumo culturais. Ou seja, ao permitirem uma relativa inserção dos excluídos da comunicação e da cultura escrita o desenvolvimento da comunicação sonora e audiovisual criou as bases da cultura de entretenimento e de consumo, que seria ampliada pela televisão, a partir da década de 1950 e pelas telecomunicações e a informática nos últimos trinta anos (MAGNONI, 2001).

O aspecto “pedagógico” dos meios e ferramentas de comunicação aguçou, desde o início da comunicação de massa, o interesse dos educadores para o uso das tecnologias modernas para renovar as práticas de educação. De maneira geral, a educação e a cidadania sempre estiveram presentes na história do rádio, desde os tempos da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com sua programação primeiramente erudita e depois instrucional, “pela cultura dos que vivem em nossa terra, pelo progresso do Brasil”¹⁰.

A partir de 1930, a educação pública e o rádio passaram a desempenhar papéis decisivos na ordem econômica, política e

10. Lema adotado pela PRAA. Ver ROQUETTE-PINTO, Vera Regina. Roquette-Pinto, o rádio e o cinema educativos. IN: Revista USP – 80 anos de rádio, nº 56, dez/jan/fev 2002-2003. p.10-15

cultural nacional. A criação do Ministério da Educação, a autorização da radiodifusão comercial e o estímulo à difusão das salas de exibição de cinema sonoro ocorreram em tempos simultâneos e como parte da mesma estratégia do Estado brasileiro. Em 1934, o escolanovista e Diretor do Instituto de Educação do Distrito Federal, Lourenço Filho, ao prefaciá-la publicação pioneira na discussão sobre o rádio educativo brasileiro, *Rádio e Educação*, de Ariosto Espinheira, afirmou que a “radiocomunicação, embora com uma aplicação não potencializada, era verdadeira maravilha do século XX” (MAGNONI, 2001).

Entre as principais experiências educativas brasileiras podemos destacar: A Universidade do Ar, o Movimento de Educação de Base – MEB, o Serviço de Assistência Rural (SAR), o Programa Brasileiro–Americano de Ajuda ao Ensino Elementar – PABAE, o Sistema Rádio Educativo Nacional – SIRENA, o Projeto Minerva, a Radiobrás e a criação da Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto – ACERP (MAGNONI, 2001).

Ainda, no cenário brasileiro contemporâneo, merece destaque o trabalho realizado pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo por meio do Projeto *Educom.radio*, especialmente pelo diálogo estabelecido com o pensamento de Mario Kaplún.

Com a coerência de sua ação no campo da “comunicação popular” ao que se somou sua reflexão e sua didática problematizadora, Kaplún soube lançar as bases que justificariam, perante a academia, a prática dos que, pela ação, ao longo de 40 anos, forneceram os elementos que permitiram ao NCE concluir que algo de novo, em termos de referenciais teóricos e de intervenção social estava ocorrendo (SOARES, 2006, p.178).

Pelo número de experiências citadas, o leitor poderá concluir, a *grosso modo*, que a história do rádio foi bastante

produtiva no que tange à exploração da potencialidade educativa do meio, contudo, a educação pública e a comunicação massiva brasileira seguiram caminhos simultâneos sem que houvesse, de fato, uma convivência construtiva entre as duas áreas, apesar de surgirem como peças complementares da mesma estratégia política e hegemônica das classes dominantes. Talvez tal distanciamento tenha sido causado pela intervenção autoritária do governo federal, que optou pelo uso da radiodifusão mais como recurso de propaganda do regime e de estímulo ao desenvolvimento da iniciativa privada, mais do que um instrumento de difusão cultural e educativa (MAGNONI, 2001).

Em verdade, os anos 50 marcaram, ao mesmo tempo, o apogeu econômico e profissional do rádio como meio de comunicação eletrônica mais popular e abrangente, e o início de um ciclo de decadência do qual, passadas cinco décadas, ele ainda não se recuperou. Mesmo a discussão (teórica e metodológica) sobre rádio e educação pouco avançou a partir da segunda metade do século XX. As atenções se voltaram para a tevê educativa nos anos 70, para o videocassete e o computador nos anos 80 e para a Internet nos anos 90, atualmente incluindo projetos relacionados à televisão digital.

No entanto, em 1960, Luiz Beltrão alertava que,

Entre todas as atividades humanas, nenhuma responde tanto a uma necessidade do espírito e da vida social quanto o jornalismo. É próprio da nossa natureza informar-se e informar, reunir a maior soma de conhecimentos possível do que ocorre no nosso grupo familiar, nas vizinhanças, na comunidade em que vivemos, entre os povos que nos rodeiam e, mesmo nos mais longínquos rincões do mundo. Através desse conhecimento dos fatos, o homem como que alimenta o seu espírito e, fortalecendo-se no exame das causas

e consequências dos acontecimentos, sente-se apto à ação (BELTRÃO, 1992, p.33).

Nas sociedades contemporâneas a informação ganhou importância, sem ela não é possível exercer a cidadania. Podemos concluir que as contribuições de Kaplún para o ensino e a prática de uma educação emancipadora poderiam fundamentar uma programação popular de qualidade, que utilize os meios de comunicação “como forma de promover a constituição de uma massa crítica e a compensação de um sistema educacional falho, ajudando a diminuir as desigualdades sociais e a promover o desenvolvimento” (MEDITSCH, BETTI, 2008, p.99).

Depoimentos

“Acredito que a experiência de se conhecer as ideias de Mário Kaplún é extremamente válida, uma vez que a universidade e conseqüentemente, as aulas, devem ter como objetivo principal a formação, não apenas de um profissional, mas de um profissional que seja cidadão, que tenha uma formação teórica e técnica, mas também moral e ética. O Jornalista deve sempre objetivar a promoção da consciência crítica, da educação, etc. Nesse sentido, as ideias de Kaplún satisfazem o objetivo, visto que ele busca a promoção da educação e da cidadania por meio do rádio. Sendo assim, considero que as ideias de Kaplún são importantes para a formação profissional do jornalista, entretanto, devido ao modelo atual dos meios de comunicação em massa, não se pode dizer que isso poderá ser colocado em prática. Os modelos de rádio comerciais não dão espaço para a promoção da educação, o profissional pode utilizar esses conceitos de forma indireta, buscando educar através de suas

produções, entretanto, no ritmo cotidiano dos processos de produção não se pode dizer que essa é a prioridade, mas talvez seja o desafio”.

Beatriz Vital, aluna de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

“As ideias de Mário Kaplún merecem reflexões por parte dos estudantes dos cursos de comunicação. Isso porque acredito que é no âmbito da universidade que há maior liberdade para os futuros profissionais experimentarem os diversos modelos e formatos para a produção de conteúdos midiáticos. Assim como o autor, considero que o rádio é um veículo com grande potencial para educação por sua capacidade de atingir um grande número de pessoas, em função do alcance, do baixo custo do receptor e da linguagem acessível a todos os níveis sociais. Porém, como Kaplún destaca, é preciso compreender as técnicas do processo comunicativo para que se possa construir narrativas que atraiam o público, transmitir informações que tenham potencial educativo e, ainda, evitar ruídos na comunicação. Para isso, os comunicadores precisam buscar a inovação e a criatividade para transmitir as informações de forma que desperte a atenção dos cidadãos e, ao mesmo tempo, auxilie que estes tenham visão crítica sobre os diversos âmbitos sociais em que estão inseridos. Seguindo a mesma linha de pensamento, Kaplún também destaca que é necessário conhecer as possibilidades e limitações de cada veículo, além de relacionar o conteúdo com o perfil dos receptores. Essas considerações me ajudaram a entender melhor o papel social dos jornalistas e, sobretudo, a buscar atingir os objetivos apontados pelo autor. Também é importante lembrar que, no ritmo acelerado do cotidiano das redações, torna-se cada vez mais difícil realizar esse tipo de reflexão. Por tal

motivo, ter contato com as ideias de Kaplún já na academia – colocando-as em prática, evidentemente – aumenta a possibilidade de formação de profissionais criativos e capazes de enfrentar (e cumprir) o desafio de utilizar as técnicas da comunicação para promover a educação e a cidadania. Se lembrarmos que as concessões de rádio e televisão são bens públicos, o objetivo de educar por meio dos conteúdos transmitidos é, na verdade, uma obrigação das equipes que trabalham nesses locais. Acredito, portanto, que isso torna ainda mais relevante estimular estudantes e profissionais a colocarem em prática as teorias e técnicas de Kaplún”.

Kelly De Conti – aluna de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2ª.Ed - Coleção Clássicos do Jornalismo Brasileiro. São Paulo: Edusp, Com-Arte, 1992.

ELIADES, Analía G. **Historia Legal de la Radio y la Televisión en Argentina**. Disponível em: http://www.perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/eliades-_hist_radio-ytv.pdf, acesso em março de 2013.

KAPLÚN, Gabriel. **El viajero**. IN: Comunicación, Educación y Cultura - Relaciones, Aproximaciones y Nuevos Retos. Marisol Moreno & Esmeralda Villegas (orgs). Cátedra Unesco de Comunicación Social. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social: Bogotá, 1999.

KAPLÚN, Gabriel. Kaplún, intelectual orgânico – memória afetiva. IN: MARQUES DE MELO, José, FERRARI,

M. Aparecida, SANTOS NETO, Elydio dos e GOBBI, M. Cristina (orgs.). **Educomídia alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún**. São Bernardo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2006.

KAPLÚN, Mario. **A la Educación por la Comunicación: la practica de la comunicación educativa**. Santiago, Chile: UNESCO/OREALC, 1992.

KAPLÚN, Mario. **Comunicación entre grupos: El método del cassette-foro**. Buenos Aires: Editorial Humanitas, 1990.

KAPLÚN, Mario. **El comunicador popular**. Buenos Aires: Lumen-humanitas, 1996.

KAPLÚN, Mario. **La comunicación de masas en América Latina**. Bogotá: Ed. Educación Hoy, 1973.

KAPLÚN, Mario, **Los materiales de autoaprendizaje: Marco para su elaboración**. Santiago de Chile: UNESCO/ORELAC, 1995. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001161/116136sb.pdf>, acesso em março de 2013.

KAPLÚN, Mario. **Mis (primeros) cincuenta años de aprendiz de comunicador**. Mini auto-biografía profesional. IN: *Boletín ALAIC* No.7-8, São Paulo, 1993.

KAPLÚN, Mario. **Producción de Programas de Radio: el guión – la realización**. México, Editorial Cromocolor, 1994.

MAGNONI, Antonio Francisco. **Primeiras aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior** (tese de doutoramento). São Paulo: Universidade Estadual Paulista, Doutorado em Educação, 2001.

MARQUES DE MELO, José, FERRARI, M. Aparecida, SANTOS NETO, Elydio dos e GOBBI, M. Cristina (orgs.). **Educomídia alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún.** São Bernardo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2006.

MARQUES DE MELO, José. **História do Pensamento Comunicacional: Cenários e Personagens.** São Paulo: Paulus, 2003.

MEDITSCH, Eduardo, BETTI, Juliana G. Kaplún e o rádio a serviço da emancipação. IN: MEDTISCH, E., ZUCULOTO, V. (orgs.) **Teorias do Rádio: textos e contextos.** Volume II. Florianópolis: Insular, 2008.

SILVA PINTOS, Virginia. **Mario Kaplun: La comunicación como actitud de vida.** IN: PCLA - Volume 2 - número 4: julho / agosto / setembro 2001. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista8/perfis%208-1.htm> . Acessado em 10 de maio de 2008.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educom.rádio, na trilha de Mario Kaplún. IN: MARQUES DE MELO, José et al (orgs). **Educomídia. Alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún.** São Paulo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2006.

SOBRINHO, Barbosa Lima. **O problema da Imprensa.** São Paulo: Edusp / Com-Arte, 1997. (3ª edição)

VILLEGAS, Esmeralda. Kaplún radioapaixonado: fortalecendo o pragmatismo utópico. IN: MARQUES DE MELO, José et al (orgs). **Educomídia. Alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún.** São Paulo: Cátedra UNESCO/UMESP, 2006.

VILLEGAS, Esmeralda. **Mario Kaplún, pensador y ficcionista.** IN: Cuestiones Universitarias, Revista del Centro de Investigaciones en Ciencias Sociales y Artes. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Año 2, Número 2. Bucaramanga, octubre de 2012. p. 57 a 75.

A ONDA: Aplicação das principais teorias de comunicação do período en- tre guerras¹

MARCOS BARCELOS CORREIA²

“A força pela disciplina, a força pela comunidade, a força pela ação”. Alexander Grasshoff-

A Onda

Introdução

sobre Regimes Totalitários:

O totalitarismo, segundo o “Dicionário de Política”, de Norberto Bobbio, Nicola Matteucci e Gianfranco Pasquino (apud AZEVEDO e SERIACOPI, 1993, p. 1247-59), “é uma forma de organização do Estado na qual todo o poder se concentra nas mãos de um pequeno grupo de pessoas, organizadas sob a forma de um partido único. Esse partido

-
1. Trabalho apresentado a disciplina de Teorias da Comunicação, ministrada pela professora Msc. Rose Vidal.
 2. Estudante do terceiro período do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Vila Velha. correiabarcels@gmail.com

conta geralmente com uma base de massas, mas apenas seus dirigentes têm poder de decisão”. Segundo este mesmo livro, uma das principais características desta forma de governo é o uso massivo dos meios de comunicação de massa. A justificativa para sua utilização foi para a difusão da ideologia do regime e exaltar tanto a figura do líder quanto a do governo.

Outras características, citadas por Gislane Azevedo e Reinaldo Seriacopi (2005, p. 416), são o uso da censura em larga escala, da delação (sinônimo de acusação, denúncia) e da violência contra grupos minoritários (principalmente ciganos, judeus, homossexuais e imigrantes). Desse modo, os regimes totalitários se estabeleceram em vários países da Europa, após a Primeira Guerra Mundial, que ocorreu entre 1914 e 1918. Dentre os principais adeptos do totalitarismo estão Benito Mussolini, com o Facismo, na Itália, e Adolf Hitler, e o Nazismo, na Alemanha, que será brevemente resumido agora.

O Nazismo de Adolf Hitler

Após a derrota da Alemanha na Primeira Guerra Mundial, e a assinatura de um armistício, que pusera fim à guerra, a monarquia alemã ali se encerrava, dando início a uma República Democrática: a República de Weimar.

Fortes ameaças políticas, crises econômicas, foram superadas. A economia foi melhorando, até que em 1929, a Grande Depressão derrubou a República de Weimar. A situação conseqüentemente se tornou grave e os nazistas aumentaram seus esforços até que o país elegeu Paul von Hindenburg presidente, nomeando o austríaco Adolf Hitler chanceler que, mais tarde, após o Terceiro Reich, se tornaria o *führer* (líder).

O nazismo, segundo Roney Cytrynowicz:

[...] não era uma ideologia irracional; o nazismo trabalhava, mais que outras ideologias, o componente irracional das pessoas. E o fazia de uma forma absolutamente racional, premeditada e planejada, desde os desfiles, rigorosamente coreografados, os discursos de Hitler, em que uma iluminação colocada atrás dava a ilusão de que o sol o elevava, as bandeiras e estandartes colocados nas ruas dando uma aparência de festa e compondo os elementos cenográficos de um ritual que reforçava a comunhão nacional, etc. Estes aspectos do nazismo são tão centrais na compreensão da adesão das pessoas quanto a análise dos seus conteúdos políticos (CYTRYNOWICZ, apud CAMPOS e CLARO, 1995, p. 211).



Figura 01: Cartaz eleitoral do Partido Nazista.

Fonte: Internet.

Quanto a educação nazista, as escolas transmitiam aos seus alunos sua ideologia. José Flavio de Campos e Regina Claro relatam que:

Os nazistas explicavam aos professores como ensinar certas matérias e, para assegurar obediência, os membros da Juventude Hitlerista tinham de denunciar os mestres que lhes parecessem suspeitos. Retratos de Hitler e bandeiras nazistas ornamentavam as salas de aula. Os currículos davam maior importância ao treinamento físico e aos esportes, e muitos cursos sobre a ciência racial foram introduzidos (CAMPOS e CLARO, 2009, p.539).

Portanto, a Juventude Hitlerista cultivava o vigor físico e ideologias racistas, que buscavam o domínio da raça ariana no mundo. Agora, será feita uma sinopse do filme “A Onda”, que mostra uma experiência neonazista em uma sala de aula, nos Estados Unidos e, depois, a aplicação de teorias de comunicação do período entre-guerras no contexto do vídeo.

O filme “A Onda”

O filme norte-americano “A Onda” (The Wave) trata-se de uma história baseada em fatos, de uma experiência neo-nazista dentro de uma escola, em Palo Alto, nos Estados Unidos. O professor de história Ben Ross, interpretado pelo ator Bruce Davison, estava apresentando um vídeo sobre o impacto do Regime Nazista, liderado por Adolf Hitler, na Alemanha, até que sua aluna Laurie (Lori Lethin) pergunta-lhe por que os cidadãos alemães assistiram a morte de 10 milhões de judeus sem agir contra o governo. Porém a aluna não foi correspondida satisfatoriamente.

Então, Ross pesquisou vários livros sobre o regime de Hitler e chegou a suas conclusões. Nas aulas seguintes, começou a trabalhar os conceitos de disciplina, comunidade e ação com os alunos, que aceitaram tudo conforme era ordenado a eles, como se quisessem ser disciplinados, assim como o havia dito o professor a sua esposa.

O professor Ross e a turma da aula de história criaram o grupo “A Onda”, fazendo com que os alunos se sentissem unidos por um ideal. Tinha esse nome, pois uma onda, para o educador, era um modelo de mudanças e tinha movimento, direção e impacto. Inicialmente, a ideia parecia boa, pois tornava a classe mais unida. Todavia, a experiência fugiu do controle, pois houve vários casos de violência dentro da escola, em nome de “A Onda”. A situação chegou a um ponto tão incontrolável, que Laurie foi agredida pelo namorado, também estudante e membro da “organização”, David (John Putch).

Portanto, o professor Ross resolveu dar fim à experiência, convocando os membros de “A Onda” para uma espécie de comício do movimento, na escola onde estudavam, para apresentar o “líder nacional jovem”, assustando Laurie e David. Mas, neste evento, ele mostrou um vídeo de Hitler, o suposto comandante, e explicou que todos poderiam ser “ótimos nazistas”, pois foram facilmente manipulados pelas mensagens de união, disciplina, ação, mudanças, etc. que Ross difundia. A moral da história é que deveriam pensar por si mesmos e refletir as atitudes que eram transmitidas antes de agirem ou seguirem algum ideal.

“A Onda” e a Teoria Hipodérmica

A Teoria Hipodérmica, formulada por Harold Laswell, é baseada em estudos vindos da psicologia, principalmente de doutrinas como o Behaviorismo e a do

Comportamento Condicionado, de Ivan Pavlov e analisa as propagandas oriundas do rádio, principal meio de comunicação de 1930, ano de sua teorização. Também é chamada de Teoria da Agulha Hipodérmica, Teoria da Bala Mágica e Teoria da Correia de Transmissão. O professor Ivan Carlo Andrade de Oliveira (2003, p. 9) enfatiza que ela “influenciou todo o pensamento comunicacional da primeira metade do século passado e tornou-se um ponto de partida essencial tanto para os que concordam com seus ditames quanto para os que discordam”, pois foi a primeira grande teoria de comunicação, influenciando outras ideias e críticas posteriores.

Oliveira também explica os fundamentos da Teoria Hipodérmica. Ela tem explicações no Behaviorismo, pois essa última parte do princípio de que toda resposta corresponde a um estímulo, pois não existe estímulo sem resposta e vice-versa. Esta reação da mensagem radiofônica correspondia à aceitação das massas. Porém quando isso ocorre significa que não há o feedback propriamente dito, uma crítica ou uma análise quanto ao conteúdo exposto ao público, considerado atomizado, amorfo, agindo de maneira uniforme e imediata.

Enquanto isso, a teoria do Comportamento Condicionado, também relacionada à Hipodérmica, parece ser uma extensão do Behaviorismo, pondo em prática sua ideia. Oliveira cita a experiência do cachorrinho como exemplo de seu funcionamento:

“À visão da comida, o cachorrinho respondia salivando – uma reação do organismo preparatória para o ato de digerir a comida. Pavlov passou a tocar uma sineta toda vez que alimentava o animal. Por fim, tocava apenas a sineta. Mesmo não havendo comida, o cão respondia ao estímulo (som da sineta) com uma resposta (salivando)” (OLIVEIRA, 2003, p.9).

Tomando como base essa exemplificação da Teoria do Comportamento Condicionado, percebe-se que realmente há uma afirmação do Behaviorismo, ou seja, o feedback, de fato, não existiria, pois o público responderia de forma imediata ao que é exposto, assim como o cachorro reagi salivando ao toque da sineta, uma representação da chegada do alimento, havendo ou não comida para o animal.

Através desses conceitos, imprescindíveis para o entendimento da teoria, surgiu a ideia de sociedade de massa. Mauro Wolf, citado por Maria Ivanúcia Costa e Marcília Mendes, considera o termo “massa” como: “um grupo homogêneo de pessoas, aparentemente iguais, mas que provém de ambientes e grupos sociais diferentes” (WOLF apud COSTA, MENDES, s.d., p.2). Pensava-se então que a massa poderia ser tranquilamente manipulada pelos detentores dos meios de comunicação, pois eram características dessa categoria não haver contato entre as pessoas que o compõe, ela forma-se de modo espontâneo e não há a possibilidade de crítica, devido à falta desse atributo por parte de seus componentes.

Em “A Onda”, a Teoria Hipodérmica é a mais influente, até mesmo pelo fato de ser uma experiência neonazista em uma sala de aula. As mensagens do professor Ross à turma são, de acordo com o modelo comunicativo estabelecido pelo norte-americano Harold Lasswell, os estímulos. E o modo que eles reagem, ou seja, se entregando às atividades e filosofia empregadas neste grupo, agindo de maneira uniforme, são as respostas.

Para exemplificar como funcionava a Teoria do Comportamento Condicionado na sala do professor Ross, pode-se utilizar da parte do filme na qual o mestre ensinou o modelo de respostas. Toda pergunta feita por ele deveria ser respondida no seguinte formato: o aluno deveria levantar de seu assento e dizer “Senhor Ross, ...”. Portanto, os jovens

com o passar do tempo estariam condicionados a respondê-lo dessa maneira, enfatizando o ideal disciplinador do grupo neonazista “A Onda”.

O vídeo mostrou perfeitamente que o teste feito representava uma psicologia de massas, aproveitando-se de uma necessidade dos alunos (de serem disciplinados) para incutir e reforçar uma ideia, devendo seguir até alcançar um objetivo. Vale lembrar que a Teoria Hipodérmica não pode ser mais aplicada nos dias atuais, pois existe outros veículos de comunicação além do rádio e, principalmente, a Internet, a principal *Self Media* existente, onde pode-se escolher os próprios meios de informação.

“A Onda” e a Teoria Funcionalista

A Teoria da Agulha Hipodérmica formulada e estabelecida por Harold Lasswell denunciava como as propagandas veiculadas no rádio, principal meio de comunicação de massa do período entreguerras, poderia atingir e manipular a população. Isso culminou em um verdadeiro impacto teórico e, naturalmente, assustou a sociedade.

Lasswell então foi incubido novamente para diminuir esse choque causado. Baseado em termos sociológicos, como o Funcionalismo, de Émile Durkheim, e no Positivismo, de Auguste Comte, surgiu a Teoria Funcionalista. Maria Ivanúcia Costa e Marcília Mendes diziam que a “ideia de funcionalismo enxerga a sociedade associada às estruturas biológicas, cada parte do todo deve funcionar em equilíbrio; o objetivo final é a ordem e a cooperação”. Ou seja, ele defendia que a sociedade era um corpo biológico, dividido em diversas partes: família, escola, grupo de amigos, ambiente político e a mídia. Ilana Polistchuck e Aluzio Trinta justificam essa ideia: “Isso quer dizer que cada

realidade existente se define por uma função, isto é, pela atividade que lhe cabe em um conjunto cujas partes são necessariamente solidárias” (POLISTCHUCK E TRINTA, apud COSTA E MENDES, 2003, P.84). Ou seja, se na Teoria Hipodérmica os meios de comunicação de massa eram considerados o “Quarto Poder”, agora eles passavam a ser um pedaço de um todo social.

Assim como a “Bala Mágica”, o Funcionalismo possuía um modelo comunicativo, o chamado “Paradigma do Ato Comunicativo”, também pensado por Harold Lasswell. Maria Ivanúcia Costa e Marcília Mendes explicam o contexto da criação desse modelo: “O contexto teórico em que se situava Lasswell era definido pelo ímpeto da comunicação política e publicitária, que o incumbiram de formular o paradigma clássico da comunicação”. Veja a imagem abaixo, que mostra o esquema elaborado pelo norte-americano:

QUEM (who)	estudo de emissores
DIZ O QUÊ (what)	I
ATRAVÉS DE QUE CANAL (where)	análise dos meios - pesquisa de mídia
PARA QUEM (whom)	II
COM QUE EFEITO (why)	análise dos efeitos

Figura 02: Paradigma do Ato Comunicativo de Lasswell.

Fonte: Internet.

Portanto, o Paradigma do Ato Comunicativo pregava que as mensagens das propagandas eram formadas por um “quem”, ou seja, o emissor, baseado na análise de emissores. Para Lasswell, apesar da mídia possuir o controle das mensagens, aquilo que determinava a divulgação de um produto comunicativo era a demanda de outros grupos sociais. Polistchuck reforçam esse ideal, afirmando que “cada indivíduo

e cada instituição existentes contribuem funcionalmente para a manutenção da organização social”. “Diz o quê”, através da análise de conteúdo; “em que canal”, por qual meio, representado pela análise dos meios; “para quem”, o chamado receptores, pela análise de audiência; e “com que efeito”, o feedback, por meio da análise dos efeitos.

O Paradigma do Ato Comunicativo parece funcionar, aparentemente, de forma quase perfeita, diminuindo os impactos da “Bala Mágica”. Porém, esse esquema não conseguiu resolver a questão imposta pela Teoria Hipodérmica, porque este Paradigma também resultava na manipulação dos indivíduos. Para tanto, Charles Merton e Paul Lazarsfeld, juntamente com Harold Lasswell, procuraram estabelecer funções para os meios de comunicação de massa. Lasswell apontou três funções. A primeira é a vigilância sobre o meio ambiente, na qual a mídia revela aonde pode estar a ameaça ao sistema de valores vigente na sociedade. A integração significa, segundo Lasswell (apud COSTA e MENDES, 1971, p. 106), “a correlação das partes de uma sociedade em resposta ao meio”, ou seja, a sociedade trabalha em conjunto para manter a ordem social, podendo se unir até mesmo para excluir aqueles que não partilham da mesma ideia. E, por fim, a transmissão da herança cultural. A mídia transmite mensagens em busca de endossar patrimônios culturais, disseminando-os de geração em geração. Além dessas, Lasswell apontou uma função adjacente a essas três, que é a do entretenimento, na qual a mídia oferece diversão para seu público. Polistchuck e Trinta (apud COSTA E MENDES 2003, p.89), destacam algumas características das funções apontadas por Lasswell:

“A mídia afeta o público pelos conteúdos que dissemina; Os efeitos produzidos equivalem a reações manifestas do público; Essas reações compreendem: atenção, compreensão, fruição, avaliação, ação; As reações do público dependem de identificações projetivas, an-

seios e expectativas, latentes ou não, dos membros que o compõem; Há clara influência do contexto (social, cultural, ideológico) e de predisposições especiais nas reações manifestas pelo público; Os conteúdos disseminados pela mídia estão inseridos no contexto; Os conteúdos disseminados constituem, portanto, um dos fatores que provocam reações por parte do público”.

Costa e Mendes (s.d., p.5) terminam o raciocínio das funções de Lasswell: “embora reconheça, implicitamente que haja feedback (realimentação). Lasswell não menciona em seu modelo o contexto onde se dá a comunicação, nem os modos pelos quais uma mensagem pode ser recebida e suscitar respostas”.

Charles Merton e Paul Lazarsfeld, assim como Lasswell, também estabeleceram três funções, sendo estas o *status*: a mídia utiliza fontes oficiais, pessoas proeminentes em propagandas irá impor aquilo que é bonito, legal, ou melhor, vendendo suas imagens para seu público; o reforço das normas sociais é semelhante à função de integração assinalada por Lasswell e, por último, a disfunção “narcotizante”. Costa e Mendes (s.d., p. 6) demonstram que, para elas, “a expansão da comunicação de massa tende converter a participação ativa em conhecimento passivo”. Polistchuck e Trinta explicam essa afirmativa de Costa e Mendes, indicando que:

O excesso de informações, às quais disseminam sem, contudo, hierarquizá-las, bem como o entretenimento ruidoso de que se fazem provedores privilegiados, leva os meios a aturdir e entorpecer a sensibilidade do público, resultando, de sua parte, um evidente desinteresse. O “bombardeio” de informações pode levar ao alheamento. Converte-se, assim, a participação potencialmente ativa do público em *mass apathy* (“atitude passiva da maioria”) (apud COSTA E MENDES, 2003, p. 91).

Ou seja, a disfunção é considerada “narcotizante” devido ao surgimento de vários outros meios de comunicação e suas convergências, que produzem infinitas informações sobre diversos temas em tempo muito curto, sendo difícil para as pessoas poderem assimilar esse conteúdo naturalmente.

A Teoria do Funcionalismo continua sendo aplicada, devido ao constante surgimento de tecnologias responsáveis pela transmissão de infinitas mensagens a todo o momento.

Em “A Onda”, a Teoria Funcionalista é visível, no que tange as funções dos meios de comunicação. A integração, correspondente ao reforço das normas sociais em Paul Lazarsfeld e Charles Merton está presente, eliminando aqueles que são contra o movimento, a fim de que haja a manutenção do sistema. Alguns integrantes do grupo agiam violentamente contra outros alunos em nome de “A Onda”, dizendo seu lema “força pela disciplina, força pela comunidade, força pela ação”, excluindo quem era contra, assim como Laurie quase foi agredida pelo namorado por causa disso.

“A Onda” e o Paradigma Matemático Informacional

O Paradigma Matemático Informacional, também conhecido como Teoria Matemática da Informação, é parte da Teoria Funcionalista e formulado por Claude Shannon e Warren Weaver, matemáticos estadunidenses.

Segundo Mauro Wolf (s.d., p. 49), “é, essencialmente, uma teoria sobre a transmissão ótima das mensagens”. No livro *Teorias da Comunicação- Trajetórias Investigativas*, este modelo é reconhecido como o primeiro a destacar a ‘comunicação’ como ‘transmissão’ e aborda a questão dos signos na transmissão de informações: “o signo coloca em relevo seu caráter portador de informação, acrescentando a condição de que ele tenha, deliberadamente, sido produzi-

do por alguém e espera que ele será compreendido como tal na sua recepção” (FERREIRA, HOHLFELDT, MARTINO, MORAIS, 2010, p.43). Shannon e Weaver pregam também o uso da repetição do estímulo, quantas vezes forem necessárias, para evitar o ruído e, conseqüentemente, alcançar o claro entendimento.

No sistema de comunicação de Shannon e Weaver existe um emissor que envia uma mensagem, por um determinado canal, para um receptor, que dissecará o que lhe foi emitido. O livro Teorias da Comunicação- Trajetórias Investigativas endossa essa informação, esclarecendo que:

[...] Essa visão reforça toda uma perspectiva igualmente desenvolvida em certas abordagens sociológicas que concebem um espécie de «gênio» na produção e/ou na recepção da mensagem. De um lado, há uma fonte que emite signos no interior de um aparelho de transmissão e, de outro, existe um receptor que efetua a conversão desses signos para um destinatário (FERREIRA, HOHLFELDT, MARTINO, MORAIS, 2010, p.43).

O principal elemento do Paradigma Matemático Informacional, entretanto, não é esse. Shannon e Weaver preveem uma espécie de falha na comunicação (ou transmissão da mensagem), antes de alcançar o conhecimento do receptor. Para concluir essa parte, em “Trajetórias Investigativas”, os autores explicam com maior base teórica esse problema:

Desse modo, é possível afirmar que o modelo informacional se estrutura numa visão, na qual o código, sob uma perspectiva, possibilita a transmissão da informação. Assim, o código é um conjunto de signos, que serve de parâmetro

para reduzir a equiprobabilidade na fonte. A informação apreendida pelo seu lado mensurável, no interior do código, coloca em destaque o sistema sintático. Todo outro aspecto do significado, intrínseco à comunicação humana, não é levado em conta (FERREIRA, HOHLFELDT, MARTINO, MORAIS, 2010, p.43).

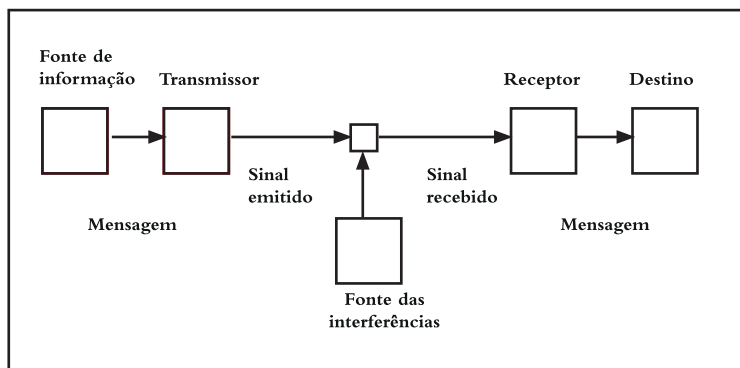


Figura 03: Sistema de comunicação de Shannon e Weaver, onde se estuda as mensagens e os ruídos ocasionais. Fonte: Internet.

O Paradigma Matemático Informacional estuda as mensagens em três níveis. O primeiro é o técnico, correspondente às condições ou características técnicas para uma transmissão compreensível da informação. O segundo, que não é considerado tão importante, é o semântico, ligado ao significado da mensagem. E, por fim, a eficácia se trata do claro entendimento do estímulo por parte do receptor, sem ruídos.

O também matemático norte-americano Nobert Wiener contribuiu com o Paradigma Matemático Informacional, com seus estudos sobre a cibernética, a ciência do controle da informação, publicando o livro “Cibernética ou regulação e Comunicação no animal e na máquina” e sendo conhecido como o “pai da cibernética”. Wilson Roberto Vieira Ferreira,

em seu texto “Teorias da Comunicação dos EUA”, afirma sobre a origem do termo “cibernética” que:

A palavra “cibernética” não era um neologismo de Wiener. Este termo foi empregado cerca de oitenta anos antes pelo físico Inglês Maxwell para determinar os estudos dos mecanismos de repetição. No entanto, não é a Maxwell que se deve à criação da palavra “cibernética”. O célebre físico francês Ampère já a utilizara muitas dezenas de anos antes de Maxwell. A verdade é que Ampère considerava como tal, não a automação, mas a ciência dos meios de governo assegurando aos cidadãos a possibilidade de usufruir plenamente as benesses deste mundo (FERREIRA, 2004, p.24).

A cibernética se trata, portanto, de um método considerado mais eficaz para a transmissão de mensagens, utilizando da tecnologia e a aproximação dela com o homem. Porém, difere-se da Teoria da Informação que, para Ferreira:

Enquanto a TI concentrava seus esforços no processo de transmissão da mensagem de um ponto a outro, a Cibernética se preocupará com a “retroalimentação” ou o retorno (“feedback) da mensagem. Se para a TI a comunicação se encerra quando a mensagem é reproduzida de forma fiel e sem perdas no ponto de chegada (o destinatário) para a Cibernética a comunicação vai muito mais além do que isso: devemos entender o retorno da mensagem dado pelo destinatário. A Cibernética vai compreender o processo de comunicação entre emissor e receptor muito mais do que uma linha de transmissão. [...] A importância da compreensão do feedback na comunicação interpessoal é evidente pelo ponto de vista cibernético (FERREIRA, 2004, p.25).

O Paradigma Matemático Informacional atualmente ainda existe, pois ruídos são comuns na linguagem oral e até mesmo por meio de tecnologia. A Cibernética também sobrevive, com muita força, pois as tecnologias se renovam em um curto espaço de tempo, influenciando nas emissões e respostas de mensagens a todo o momento.

Aplicando seus conceitos em “A Onda”, a Cibernética predomina no filme. Para ilustrar a presença do estudo de Shannon e Weaver no vídeo, as aulas do professor Ross eram diferenciadas, pois ele explicava cada um dos lemas do grupo, além de ordenar insistentemente aos alunos que repetissem oração “força pela disciplina, força pela comunidade, força pela ação”. Vale lembrar que o símbolo do movimento transmite seus valores, sendo mais um recurso de reforço dos ideais, ou seja, ajuda na repetição de uma mensagem, auxiliando a alienação daquela turma.

Conclusão

O Nazismo foi um sistema no qual Adolf Hitler utilizou técnicas de psicologia de massa para agregar adeptos ao seu plano de formar uma raça puramente ariana e poder agir sem que se voltassem contra ele.

Teorias como a da Agulha Hipodérmica, Funcionalista e o Paradigma Matemático Informacional se encaixam na espécie de manipulação hitleriana, com elementos primordiais para que alcançasse seus objetivos. Na Teoria da Bala Mágica, o modelo estímulo-resposta é bastante presente no Nazismo, pois os alemães estavam vivendo em uma situação degradante após a Primeira Guerra Mundial, necessitando se apegarem a algo. No Funcionalismo, funções como vigilância e integração predominam pelo fato de que suas mensagens buscavam

manter o grupo unido de qualquer ameaça a sua ordem, necessitando alerta da população e a exclusão por parte do povo contra, por exemplo, os judeus, considerados por Adolf Hitler como um povo que deveria ser exterminado em nome de uma sociedade ariana. O Paradigma Matemático Informacional está representado pela repetição dos valores nazistas nas propagandas desse governo totalitário, causando a alienação em grande parte dos alemães na época da Segunda Guerra Mundial.

Referências Cinematográficas:

A ONDA. Direção: Alexander Grasshoff. Produção: Johnny Dawkins, Ron Jones e Todd Strasser. Intérpretes: Bruce Davison, Lori Lethin, John Putch, Johnny Doran, Pasha Gray e Wesley Pfenning. Roteiro: Johnny Dawkins, Ron Jones e Todd Strasser. 1981, 46 min.

Referências

AZEVEDO, Gislane; SERIACOPI, Reinaldo. **Série Brasil: História**. 1. Ed. São Paulo: Ática, 2005, p.416.

BOBBIO, Noberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. Dicionário de Política. In: AZEVEDO, Gislane; SERIACOPI, Reinaldo. **Série Brasil: História**. 1. Ed. São Paulo: Ática, 2005, p.416.

CAMPOS, José Flavio de; CLARO, Regina. **A escrita da história**. 2 ed. São Paulo: Escala Educacional, 2009, p. 535-39.

COSTA, Maria Ivanúcia Lopes da; MENDES, Marcília Luíza Gomes da Costa. **Meios de Comunicação e Sociedade:**

Considerações sobre o Paradigma Funcionalista-Pragmático. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-meios-de-comunicacao-e-sociedade.pdf>> Acesso em: 27 abr.2013.

CYTRYNOWICZ, Roney. Loucura coletiva ou desvio da história: as dificuldades de interpretar o nazismo. In: CAMPOS, José Flávio de; CLARO, Regina. **A escrita da história**. 2 ed. São Paulo: Escala Educacional, 2009, p. 537.

FERREIRA, Wilson Roberto Vieira. **TEORIAS DA COMUNICAÇÃO NOS EUA – 1:**

Escola de Chicago, Teoria da Informação, Cibernética. Disponível em: <http://www.4shared.com/office/fxxlyCX_/Teorias_da_Comunicacao_dos_EUA.htm> Acesso em: 4 mai. 2013.

FERREIRA, Giovandro Marcus; HOHLFELDT, Antônio, MARTINO, Luis C.; MORAIS, Osvando J. de. **Teorias da Comunicação: Trajetórias Investigativas**. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/trajetoriasinvestigativas.pdf>> Acesso em: 27 abr. 2013.

LASSWELL, Harold. Propaganda techniques in world war. In: COSTA, Maria Ivanúcia Lopes da; MENDES, Marcília Luíza Gomes da Costa. **Meios de Comunicação e Sociedade: Considerações sobre o Paradigma Funcionalista-Pragmático**. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-meios-de-comunicacao-e-sociedade.pdf>> Acesso em: 27 abr.2013.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. **Teorias da Comunicação**. Disponível em: <http://www.4shared.com/office/aSoivwMB/Teorias_da_Comunicacao.htm> Acesso em: 27 abr. 2013.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social. In: COSTA, Maria Ivanúcia Lopes da; MENDES, Marcília Luíza Gomes da Costa. **Meios de Comunicação e Sociedade: Considerações sobre o Paradigma Funcionalista-Pragmático.** Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-meios-de-comunicacao-e-sociedade.pdf>> Acesso em: 27 abr.2013.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. In: COSTA, Maria Ivanúcia Lopes da; MENDES, Marcília Luíza Gomes da Costa. **Meios de Comunicação e Sociedade: Considerações sobre o Paradigma Funcionalista-Pragmático.** Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-meios-de-comunicacao-e-sociedade.pdf>> Acesso em: 27 abr.2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Disponível em: <http://webdav.sistemas.pucminas.br:8080/webdav/sistemas/sga/20121/485465_Teorias%20da%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20%20Mauro%20Wolf.pdf> Acesso em: 12 fev. 2013.

