

ISSN 1516-5981

revista de estudos sobre práticas de recepção
a produtos mediáticos



novos

olhares

ano 3 número 5 1º semestre de 2000

Expediente

Novos Olhares

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

Ano II - número 5-1º semestre de 2000

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

Conselho Editorial

Andrea Midori Simão
Mauro Wilton de Sousa
Priscila Delgado de Carvalho
Rafael Luís Pompéia Gioielli
Samir Saraiva Cheida

Secretaria Editorial

Andréa Midori Simão
Priscila Delgado de Carvalho
Rafael Luís Pompéia Gioielli
Samir Saraiva Cheida

Editoração Eletrônica e Revisão

Rafael Luís Pompéia Gioielli
Ricardo Castanho de Vasconcelos

Logomarca e Projeto Gráfico

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

Departamento de Cinema, Rádio e TV,
Escola de Comunicações e Artes da USP.
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443,
Cidade Universitária, São Paulo-SP
CEP: 05508-900
Tels.: 3818-4484 / 3818-4332
Fax: 3818-4316 / 3031-2752
e-mail: olhares@edu.usp.br

Sumário

Apresentação

3

Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção

*Maria Salett Tauk Santos e
Marta Rocha do Nascimento*

4

Dos meios às instituições: caminhos pós-habermasianos para se pensar a comunicação

Luiz Signates

12

Entrevista com Arlindo Machado
*Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a
Produtos Mediáticos*

22

Sociedade, novas tecnologias de comunicação e a possibilidade de articulação de espaços públicos de debate e embate

Rovilson R. Britto

31

**Bibliografia comentada:
Pode-se amar a televisão?**

Arlindo Machado

Estudos mostram o limite potencial da televisão

Esther Hamburger

41



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

Novos olhares : revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos /
publicação do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do
Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes [da]
Universidade de São Paulo. — Vol. 5, n.5 (1. Semestre 2000)-. — São Paulo: O
Departamento, 1999-
v.; 28 cm

Semestral
ISSN 1516-5981

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

Apresentação

Desde os anos 80, a pesquisa sobre as práticas de recepção mediática vem sendo estimulada em busca de novos suportes teóricos. A emergente tradição dos estudos culturais ingleses, bem como a pesquisa e o pensamento de estudiosos latino-americanos, inclusive brasileiros, tem dado alento novo a esse esforço. Hoje, existe já um resgate crescente do campo de recepção mediática e o apontar de novas pistas para seu estudo, no conjunto de transformações da vida na sociedade contemporânea, cada dia mais ligada à atuação de diferentes media e cada vez mais indagadora do próprio perfil político, social e cultural da comunicação.

Um bom número de dissertações e teses universitárias vem sendo produzido no meio acadêmico brasileiro, dando conta desses novos ares interpretativos. Se observados os temas e os suportes teóricos das comunicações nos principais eventos da comunidade acadêmica do país, ter-se-á essa constatação: há algo de novo positivamente acontecendo no campo teórico da comunicação, inclusive da recepção mediática. A diversidade de caminhos sendo andados e de olhares iluminando práticas de recepção, se não traz só a uniformidade ou só o conflito, cria o campo para o experimento, a avaliação e a crítica.

O trabalho de Maria Salett Tauk Santos e Maria Rocha do Nascimento que *Novos Olhares* hoje publica é um indicador desse nexos teoria-prática em transformação. É um texto que dá conta de limites interpretativos de fronteiras teóricas, mas que sobretudo identifica por onde se pode caminhar com esses novos suportes teóricos.

Luis Signates questiona, à luz do pensamento de Habermas, sobre a institucionalização do processo da comunicação. Numa vertente de considerações críticas sobre comunicação e massas, busca estabelecer novos olhares por entre espaços públicos fragmentados, entre o mundo sistêmico e o vivido.

Rovilson R. Britto avança igualmente numa reflexão em que busca fundamentar os caminhos possíveis entre o espaço público de embate e de debate e a emergência das novas tecnologias de comunicação, especialmente a Internet. Ao retomar crítica e criativamente os estudos de Habermas sobre o espaço público, ele se permite avançar nas proposições sobre o lugar crescente da Internet em nossa sociedade.

Membros do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção Mediática, esses dois jovens pesquisadores aprofundam nexos por caminhos diversos entre estudos sobre a comunicação social contemporânea e o espaço público.

A entrevista com Arlindo Machado, professor da ECA-USP e PUC-SP, nome consagrado no país e no exterior na pesquisa das tecnologias da comunicação, aponta um perfil crítico sobre como se pode avaliar a presença das novas tecnologias de comunicação, interpretar seu lugar frente à recepção e ao processo social.

Em *Bibliografia Comentada*, Arlindo Machado e Esther Hamburger chamam atenção para obras recentes no meio acadêmico que reforçam a necessidade de se atualizar o conhecimento sobre comunicação e cultura, especialmente a partir da televisão.



(1) Para melhor compreensão ver: MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

El proyecto: producción, composición y "usos" del melodrama televisivo. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUNÓZ, Sonia. *Televisión y melodrama*. Colômbia: Tercer Mundo Editores, 1992.

(2) NASCIMENTO, Marta Rocha. *Globo Rural e cotidiano em Sapucaia: estudo de recepção do programa Globo Rural pelos pequenos produtores rurais de Sapucaia, Pernambuco*. Recife, 1999. *Dissertação (Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural) Universidade Federal Rural de Pernambuco*.

(3) SANTOS, Maria Salett Tauk; et alii. *Dois aspectos da mesma reforma agrária: estudo de recepção das mensagens da Comissão Pastoral da Terra no Engenho Gaipió*. Recife: CMARCR/UFRPE, 1998. (mimeo.).

(4) SANTOS, Maria Salett Tauk. *Igreja e pequeno produtor rural: a comunicação participativa no programa CECAPAS/SERTA*. São Paulo: 1994. *Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo*.

(5) É Orozco Gómez quem sinaliza a contribuição de Martín Serrano aos estudos das mediações culturais: "Manuel M. Serrano habla de una mediación de los medios de comunicación. Toda su teorización

Maria Salett Tauk Santos é doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Marta Rocha do Nascimento é mestre em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Maria Salett Tauk Santos e

Marta Rocha do Nascimento

Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção

Tomando como referência três estudos de recepção desenvolvidos em contextos populares, este texto faz uma análise da perspectiva das mediações culturais nos estudos de recepção demonstrando que o modelo das múltiplas mediações não se constitui em uma baliza que o pesquisador se apropria para explicar um determinado fenômeno na audiência, trata-se antes de uma construção que permite a cada objeto de estudo revelar ao pesquisador as mediações "por excelência" intervenientes em cada processo de comunicação.

Desde os escritos de Jesús Martín-Barbero¹ propondo a perspectiva das mediações culturais quando se trata de compreender as culturas populares no capitalismo, poucas reflexões têm sido feitas no sentido de analisar a pertinência e o alcance interpretativo dessa teoria, quando aplicada à pesquisa empírica.

Portanto, o objetivo desse texto é fazer uma reflexão da perspectiva das mediações culturais aplicada a estudos empíricos em contextos populares. A intenção é demonstrar que as mediações não são balizas prontas que o pesquisador se apropria para explicar um determinado fenômeno. Antes, trata-se de uma construção metodológica na qual o próprio objeto revela ao pesquisador quais as mediações que estão interferindo no processo.

Nesse sentido, tomaremos três estudos de recepção a partir dos quais demonstraremos como em cada um deles

foram as circunstâncias empíricas do objeto que revelaram ao pesquisador as mediações intervenientes/interferentes em cada uma das pesquisas analisadas.

Trata-se de três estudos de caso que tiveram como ponto de partida o modelo das múltiplas mediações concebido por Guillermo Orozco Gómez Gómez. Esses estudos foram desenvolvidos em contextos populares envolvendo pequenos produtores rurais no estado de Pernambuco. O primeiro refere-se a um estudo de recepção do programa Globo Rural;² o segundo trata-se de um estudo de recepção das mensagens da Comissão Pastoral da Terra -CPT- em assentamento de reforma agrária;³ e o terceiro constitui um estudo de recepção das mensagens de uma ONG ligada a Igreja Católica-CECAPAS/SERTA.⁴

A perspectiva das mediações culturais

As mediações culturais se constituem num modelo ou perspectiva de compreensão da relação entre cultura e meios de comunicação, dentro da pesquisa de recepção. O conceito de mediações foi mencionado pela primeira vez pelo investigador Manuel Martín Serrano⁵, e posteriormente por Jesús Martín-Barbero, que aplicou parte da concepção de Serrano a sua visão e vem desenvolvendo, nos últimos anos, a idéia de se passar dos meios para as mediações, ou seja, investigar os processos de constituição do massivo a partir das transformações das culturas populares. Esse deslocamento se dá gra-



ças à aproximação cultura/comunicação.

Martín-Barbero consegue, a partir da sua concepção de mediação, liberar a comunicação do espaço restrito dos meios para o espaço da cultura, mostrando que as mediações têm uma relação direta com o processo de comunicação. Uma vez que esse não se estabelece de maneira linear e simétrica, o que existe é uma relação mediatizada pelos contextos em que o processo de comunicação se estabelece.⁶ Nesse sentido, desenvolvemos a concepção de que mediações podem ser compreendidas como sendo um conjunto de fatores que estruturam, organizam e reorganizam a percepção e a apropriação da realidade social, por parte do receptor.

Na compreensão de Martín-Barbero, as mediações se manifestam em práticas concretas. Ele salienta três que considera especialmente importantes para entender a comunicação e a cultura: a sociabilidade, a ritualidade e a tecnicidade. A sociabilidade diz respeito às práticas cotidianas de todos os sujeitos sociais na negociação do espaço de uns com os outros; a ritualidade está relacionada às rotinas, que determinam de certa maneira a produção de sentido e a produção cultural que se dá através delas; a tecnicidade tem a ver com as tecnologias da informação, com os meios de comunicação, sendo o terceiro âmbito de onde se manifesta a mediação cultural.⁷

Orozco Gómez traz a teoria de Martín-Barbero sobre as mediações culturais para o nível empírico, uma vez que ele afirma não ter Martín-Barbero elaborado um conceito de mediações em termos mais concretos. Para Orozco Gómez, é tarefa das múltiplas mediações explorar a ritualidade, a tecnicidade e a sociabilidade propostas por Martín-Barbero no universo empírico. Nesse sentido, ele desenvolve o modelo das mediações múltiplas que passa necessariamente por um enfoque integral da recepção levando a concepção do processo de recepção como um processo complexo, multidimensional e multi direcional, e que

sofre a intervenção e o condicionamento de uma série de situações, entre outras, do contexto cultural, político, histórico.⁸

A preocupação de Orozco Gómez passa pelo desenvolvimento de um marco conceptual que não esteja sustentado em dicotomias, tais como: macro-micro, emissor-receptor. Para superar a racionalidade entre contextos sociais macro e micro, ele sugere adotá-los como fontes de mediação. No modelo proposto por Orozco Gómez encontramos uma série de fontes de mediações que são fundamentais para a compreensão do processo de recepção: cultura, política, economia, classe social, gênero, idade, etnicidade, os meios, as condições situacionais e contextuais, as institucionais e os movimentos sociais. Essas fontes podem se originar da mente do sujeito-receptor, em suas emoções e suas experiências. Essas fontes de mediações podem mediar outras fontes.⁹

Para efeito de classificação Orozco Gómez propõe, a partir do caráter múltiplo das mediações, quatro grupos: individual ou cognoscitiva, situacional, institucional e videotecnológica ou massmediática.

A mediação individual, Orozco Gómez define como sendo a que provém da nossa individualidade enquanto sujeitos sociais, membros de uma cultura. Somos sujeitos cognoscentes e comunicativos. Nesse sentido, existem certos esquemas mentais ou repertórios que são responsáveis pelo sentido que damos a uma nova informação.

A mediação institucional se manifesta a partir da participação do indivíduo em determinadas instituições como a família, a igreja, a escola, o trabalho. As instituições utilizam diversos recursos para implementar sua mediação, como o poder e as regras, e podem competir entre si.

A mediação contextual refere-se a todas as características que estão inseridas num contexto ou ambiente deter-

es racionalista e sistémica (no es el caso de Martín-Barbero ni et de modelo de la mediación). Serrano concibe los sistemas: el sistema social y el sistema de medios de comunicación, y dice: 'una de las funciones del sistema de comunicación es mediar entre el sistema social y la sociedad'. Esta mediación el la entiende como de dos tipos fundamentales: mediación estructural y mediación cognitiva de los medios de comunicación. La mediación cognitiva, según Serrano, tiene que ver con la función que ejercen los medios en seleccionar de los acontecimientos sociales aquellos que merecen ser dados a conocer a la sociedad en su consumos, através de los medios de comunicación, es decir: es una mediación fundamentalmente ideológica, através de la cual se define lo que es importante, relevante y oportuno que la sociedad conozca. Por mediación estructural, lo que entiende Serrano es aquella función de los medios que, debido a su peculiaridad, imprimem a la selección y presentación de los seleccionado: tiene que ver con las características intrínsecas.' A esse respeito ver: OROZCO, Gómez. La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. México: IMDEC, 1997.
(6) MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações...
(7) Idem, Ibidem.
(8) OROZCO, Gómez. Apud. JACKS, Ni/da A. Pesquisa de recepção: investigadores, paradigmas, contribuições latino-americanas. In: INTERCOM Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo, Vol.XVI, n. 1, jan./jun. 1993, p. 23.



minado, como idade, sexo, ocupação; a situacional, por sua vez, está relacionada com a situação em que a recepção se processa, ou seja, como o receptor se encontra na hora da recepção. Nesse sentido, vale ressaltar que a situação em questão não está desconectada do papel social do indivíduo no seu contexto, questão que ficará mais clara quando analisarmos o estudo de recepção do programa Globo Rural; a mediação massmediática é a que emana do próprio meio, englobando a intencionalidade do emissor.¹⁰

Os estudos de recepção que objetivam explicar qual é a relação estabelecida entre as culturas populares e a cultura hegemônica a partir da perspectiva das mediações culturais, como é o caso dos três estudos que serão analisados mais adiante, consideram o estudo do cotidiano como sendo fundamental para a análise da recepção, na medida em que é no espaço do cotidiano que as mediações se explicitam.

Para Mauro Wilton de Sousa, “a perspectiva de que o cotidiano possa ser o espaço onde os processos simbólicos são elaborados e reelaborados em si mesmo e a partir das relações que tem com outros processos simbólicos, faz do cotidiano como tal o espaço mesmo de compreensão do processo simbólico e das relações de poder que aí se imbricam”.¹¹

No que diz respeito à questão metodológica do modelo das múltiplas mediações, Orozco Gómez argumenta que é necessário adotar uma metodologia não ortodoxa, fazendo-se o uso combinado de métodos qualitativos e quantitativos. Esclarece, ainda, que a combinação de metodologias deverá realizar-se com uma perspectiva histórica que permita contextualizar a explicação. A investigação proposta por esse autor se constrói a partir da relação dialética entre investigador e objeto de estudo, na qual se assumem explicitamente distintas determinações do investigador e dos

sujeitos da investigação.¹²

Orozco Gómez salienta que a metodologia das múltiplas mediações está em processo de se consolidar. Daí a importância de se desenvolver experiências empíricas. É nesse sentido de considerar uma perspectiva em construção que o Curso de Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural - CMARCR/UFRPE vem desenvolvendo uma linha de pesquisa de recepção em contextos populares. A linha de pesquisa de recepção do CMARCR não se limita a processos diretamente ligados às mídias. A recepção é entendida como um processo onde existe um contrato de comunicação proposto por organizações governamentais, organizações não governamentais ou a mídia e uma determinada população.

Nessa perspectiva foram desenvolvidos estudos de recepção envolvendo a relação TV-audiência - o caso Globo Rural; estudo de recepção das mensagens de uma organização não governamental - o CECAPAS/SERTA, por pequenos agricultores; e um estudo de recepção das mensagens da Comissão Pastoral da Terra - CPT, vinculada à Igreja Católica. Nos três casos as audiências são compostas por pequenos produtores rurais de Pernambuco.

Tomando como referência esses estudos, demonstraremos como em cada um deles foi a audiência quem determinou as mediações que interferiram no processo. Em outras palavras, são as circunstâncias do objeto que oferecem as pistas para que o pesquisador capte a mediação “por excelência”, isto é, aquela ou aquelas cuja interferência afeta de maneira singular o processo de comunicação. Nessa perspectiva, a mediação é considerada como algo construído em cada caso. A tarefa do pesquisador nesse modelo é a de construir um itinerário original, como quem desvenda o mapa noturno de que fala

9A esse respeito ver: OROZCO, Gómez Guillermo *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio. Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales. México: Universidad Iberoamericana, 1991.*

10 OROZCO, Gómez Guillermo. *Recepción televisiva: tres aproximaciones.*

11 SOUSA, Mauro Wilton. *A rosa púrpura de cada dia: trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovelas. São Paulo, 1986. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação). USP, ECA, p. 96.*



Desvendando o Mapa Noturno

Apresentaremos uma síntese dos três estudos selecionados analisando especificamente as mediações “por excelência” identificadas em cada um desses estudos.

Globo Rural e cotidiano em Sapucaia: estudo de recepção do programa Globo Rural pelos pequenos produtores rurais de Sapucaia, Bom Jardim

Este estudo de recepção de televisão buscou compreender como se estabeleciam as relações entre a cultura massiva/hegemônica — representada pelo programa Globo Rural - e as culturas populares - representadas pelos pequenos produtores rurais de Sapucaia, Bom Jardim, Pernambuco. Especificamente, objetivou-se compreender os “usos”¹³ que esses pequenos produtores faziam da proposta do Globo Rural, no seu cotidiano.¹⁴

O estudo evidenciou, dentre as conclusões, que o Globo Rural possui uma proposta jornalística combinada a uma proposta de Comunicação Rural desenvolvida na perspectiva difusionista-modernizadora; e que os pequenos produtores rurais de Sapucaia, objetivando incorporar-se à lógica massiva/hegemônica proposta pelo Globo Rural, reconvertem intencionalmente as suas práticas culturais, o que se materializava no universo do trabalho e nos demais domínios de suas vidas. Essas reconversões sofriam a influência das mediações culturais desses produtores.

No estudo exploratório dessa investigação observou-se que o gênero e a ocupação poderiam interferir nos “usos” que esses receptores faziam das mensagens do Globo Rural. O estudo evidenciou que o gênero e a ocupação deveriam ser analisados de forma combinada, uma vez que em Sapucaia grande parte da ocupação era determinada pelo sexo. Nesse sentido, o gênero e a ocupação foram consi-

derados as mediações “por excelência”, dessa pesquisa.

Gênero e Ocupação: mediações indissociáveis

A pesquisa demonstrou - através das análises - que as mulheres, na cultura do meio rural nordestino, não assistem ao programa Globo Rural da mesma forma que os homens - do começo ao fim -, pois desempenham tarefas paralelas, tarefas essas atribuídas pelo sexo (afazeres domésticos, cuidar das crianças...).

O gênero vai fazer diferença também na hora do acesso ao desenvolvimento intelectual. Os homens tinham liberdade para estudar na sede do município desde os doze anos de idade, uma vez que a escola existente no sítio Sapucaia só contemplava o ensino até a última série do primeiro grau. As mulheres, por sua vez, só recebiam autorização para voltar a estudar quando completavam quinze anos, e nesta idade a maioria estava mais preocupada em constituir suas próprias famílias, demonstrando pouca motivação para continuar os seus estudos.

Esse fato influi no processo de recepção de televisão e nos “usos” que a população de Sapucaia faz das mensagens do Globo Rural. Os homens, que tinham a possibilidade de continuar estudando, demonstraram ter mais facilidade de compreender as mensagens do programa. As mulheres, no entanto, desenvolviam a percepção do programa como sendo uma atividade dos homens, uma vez que, segundo elas, são os homens que decidem o que fazer na produção, apesar de serem sempre chamadas para assistir ao Globo Rural quando aparecia algo “diferente”, “inusitado”, “curioso” como o caso do “bode reprodutor que dava leite”.

A análise da ocupação, por sua vez, evidenciou que o trabalho desenvolvido por esses produtores “condicionava” ou “influenciava” os “usos” que eles faziam das mensagens do Globo Rural.

(12) *Idem, ibidem.*

(13) "usos", compreendidos a partir da perspectiva dos "usos sociais dos meios", conhecida como a corrente latino-americana concebida por Jesús Martín-Barbero, onde em síntese busca-se saber o que fazem as pessoas com as mensagens dos meios de comunicação na sua realidade cotidiana.

(14) Como referencial teórico foram utilizados os estudos mais recentes de Comunicação Rural - os estudos de recepção a partir das mediações culturais - que contemplam a comunicação relacionada com a cultura, em contextos populares. As explicações desse estudo fundamentaram-se na perspectiva teórico-metodológica concebida por Jesús Martín-Barbero sobre os usos sociais dos meios. Tendo como categorias de análise: o consumo cultural - a partir dos estudos de Néstor García Canclini; e as mediações culturais - a partir do modelo das mediações múltiplas desenvolvido por Guillermo Orozco Gómez. Tratou-se de um estudo de caso com amostra intencional composta por 11 famílias. Foram utilizadas técnicas combinadas de coleta de dados: observação direta, observação etnográfica, entrevistas semi-estruturadas e pequena história de vida.



A atividade agrícola desenvolvida por eles contemplava todos os membros da família, independente de sexo e de idade, ocupando uma jornada de 10 a 12 horas diárias de segunda a sexta-feira e de aproximadamente 06 horas aos sábados e domingos, traduzindo dessa forma a importância que ocupava no cotidiano desses produtores.

No trabalho agrícola, as mulheres de Sapucaia são consideradas iguais aos homens, isto é, têm as mesmas funções e responsabilidades. A diferença se estabelece no trabalho doméstico, considerado da competência exclusiva das mulheres. Daí elas desenvolverem uma jornada dupla, ou seja, além do trabalho na agricultura, são responsáveis pelas tarefas domésticas, a não ser em raras exceções (quando estavam doentes ou viajando).

Através da análise do sexo e da ocupação pôde-se perceber que os produtores do Sítio Sapucaia assistem ao programa Globo Rural coletivamente com suas famílias, uma vez que possuem apenas um aparelho de televisão. As mulheres, por sua vez, não se dedicam à recepção do programa da mesma forma que os homens, elas dividem a audiência ao programa com as tarefas domésticas, como cuidar da arrumação da casa, fazer o almoço, cuidar de crianças.

O fato da mulher ver o Globo Rural desempenhando outras tarefas remete à compreensão de que a mediação situacional não se esgota no ato de assistir a TV - ou seja, não é ocasional, é uma mediação que denota a maneira como aquela população estrutura sua vida no cotidiano e que tem uma implicação com o papel reservado para a mulher nessa sociedade. No trabalho, ela é tida como igual, mas no doméstico ocupa uma posição diferenciada, uma vez que este é tido como sendo um universo sagrado para a mulher.

Podemos perceber que é da combinação das mediações contextuais de gênero e ocupação que nasce a mediação

“por excelência”, nesse estudo. Assim, do fato de ser mulher agricultora no contexto popular rural do Nordeste do Brasil, e mais toda a carga cultural que isso significa, é que se constitui a mediação que condiciona os “usos” do Globo Rural em Sapucaia.

Dois Faces da Mesma Reforma Agrária: estudo de recepção das mensagens da Comissão Pastoral da Terra no Engenho Gaipió

O estudo de recepção da política de comunicação da Comissão Pastoral da Terra (CPT) para a reforma agrária¹⁵, teve como objetivo analisar as representações sociais de duas realidades distintas, a dos antigos moradores e a da população que ocupou parte do Engenho Gaipió e que se encontrava lá acampada, quanto às mensagens da CPT a respeito da reforma agrária. O estudo tomou como base a concepção de Martín-Barbero acerca das mediações e, seguindo essa perspectiva, utilizou o modelo das múltiplas mediações proposto por Guillermo Orozco Gómez.

A idéia que norteou o trabalho foi a de que as representações sociais eram construídas por meio de trocas simbólicas na vivência do espaço cultural. O que se observou, portanto, diz respeito ao conhecimento construído pelos dois grupos diante de suas especificidades culturais. Apesar de estarem na mesma fase jurídica do processo de reforma agrária - a de assentamento - as populações em estudo se configuravam de forma diversa, com aspirações e idéias próprias em relação à situação em que se encontravam.

Devido à peculiaridade dessas duas realidades, surgiu a necessidade de se criar uma modalidade de mediação: a da procedência, dentro da categoria de referência. Procedência foi definida como a vivência diferenciada de cada grupo antes do assentamento. Significa procedência não como origem geográfica, mas como origem histórico-política, a qual determina que em um

(15) Este estudo faz parte de um projeto maior coordenado pela professora Maria Salett Tauk Santos, realizado pelos mestrandos CMARCR-UFRPE.



mesmo espaço temporal os dois grupos vivam distintas temporalidades.

Assim, o fato da população do Engenho Gaipiό desenvolver à época do assentamento uma relação de trabalho próxima à da sociedade patriarcal, predominante na Zona da Mata canavieira de Pernambuco, distingue fundamentalmente o imaginário dessa população em relação ao imaginário dos acampados no Engenho: população esta que é heterogênea, nômade, sem vínculo empregatício, sem moradia, que saía de acampamentos improvisados na beira das rodovias para ocupar as terras de Gaipiό sob a liderança da Comissão Pastoral da Terra.

Procedência histórico-política: a dupla face da reforma agrária

A análise das representações sociais das mensagens da CPT acerca da reforma agrária evidenciou diferentes formas de produção de sentido por parte dos grupos estudados. Ambos os grupos demonstraram compreender o papel de orientação da CPT, tendo alguns inclusive sentido a Pastoral como um movimento, tal a força da assessoria da entidade em seus imaginários. No entanto, valores diferenciados foram atribuídos a essa orientação. Os moradores, durante as reuniões, pareciam se interessar mais por questões práticas como custeio e de limitação dos lotes, ao passo que os acampados demonstraram maior interesse pelas questões ligadas à organização da luta e exercício da cidadania.

A reforma agrária era um fato novo nas vidas dos moradores de Gaipiό, se configurando numa percepção em construção. Pôde-se observar que eles começavam a vislumbrar a reforma agrária como um novo modo de subsistência. Os acampados, por sua vez, internalizavam mais os discursos da CPT, e relacionavam a reforma agrária com a utopia da transformação da sociedade. Para os acampados, o processo da reforma agrária se configurava numa

forma de exercer a sua cidadania e realizar seus sonhos de consumo simbólico e material.

Nesse sentido, a mediação da procedência tomou-se a mediação “por excelência” dessa investigação, configurando-se no espaço privilegiado para compreender-se as representações sociais dos dois grupos acerca das mensagens da CPT, ou seja, as temporalidades presentes no cotidiano desses receptores.

Igreja e Pequeno Produtor Rural: a comunicação participativa no programa CECAPAS/SERTA

Trata-se de um estudo de recepção das mensagens do Centro de Capacitação e Acompanhamento aos Projetos Alternativos - CECAPAS, ONG vinculada à Igreja Católica de Pernambuco pelos pequenos produtores rurais de Pernambuco, tomando a participação popular e o consumo como pontos centrais da análise. A pesquisa se desenvolveu dentro da abordagem teórica de Néstor Garcia Canclini, que estuda as culturas populares na contemporaneidade de forma relacional à cultura hegemônica transnacional. O consumo foi o espaço escolhido para observação da participação dos pequenos produtores rurais do Programa, por ser considerado o espaço-chave onde se manifestam as culturas no cotidiano: as mensagens da cultura alternativa, propondo uma tecnologia adaptada às condições de pobreza campesina, e das mensagens da cultura hegemônica, propondo tecnologias e hábitos de consumo modernos como saída para o desenvolvimento do campo.

A participação do pequeno produtor no Programa se dava em um espaço conflituoso. Concomitantemente às mensagens do Programa esses agricultores achavam-se historicamente expostos às mensagens da cultura transnacional, que é hegemônica, via serviços de Extensão Rural, a mídia e outros meios que defendiam a modernização



como saída para o desenvolvimento do setor agrícola.

Aspirações de Consumo: participação reticente

A análise da participação dos agricultores no Programa CECAPAS evidenciou que é no espaço do imaginário, ou seja, das expectativas de consumo, onde se materializa a incompatibilidade no uso da proposta do Programa. A tecnologia alternativa está perto das condições reais de existência desses agricultores mas distante, no plano simbólico, de suas aspirações de consumo. Desejam incorporar os apelos modernizadores como forma de sentirem integrados na ordem hegemônica. Isso contribui para a reticente participação da população de pequenos agricultores envolvidos no Programa.

Esses agricultores, ao mesmo tempo em que estavam expostos às mensagens do CECAPAS, estavam também expostos à influência da cultura hegemônica que suscita hábitos de consumo de tecnologias modernas tanto no trabalho como nos demais domínios de suas vidas. Ao não encontrarem respostas para as suas aspirações de consumo erigidas a partir das mensagens modernizadoras hegemônicas, os pequenos produtores rurais refuncionalizam os usos das propostas do CECAPAS. Assim, os agricultores emprestam um significado diferente à participação no Programa no sentido de adaptá-la às suas necessidades cotidianas imediatas

que oscila entre o lúdico e o religioso. Estes significados não são antagonísticos em relação à proposta original de participação política no Programa. Entretanto, na medida em que se distanciam do sentido original da luta proposta pelo CECAPAS, os agricultores tomam a sua participação reticente em relação aos objetivos do Programa, fato este que contribui conseqüentemente para o avanço lento dessa luta pois, no lugar da produção, colocam a reza; no lugar da participação política, colocam o lazer.

Nesse sentido, a mediação “por excelência” desse estudo foi a aspiração de consumo, na medida em que foi nesse espaço que se materializou a incompatibilidade entre a proposta do programa CECAPAS as aspirações da população de pequenos produtores rurais.

Os estudos analisados evidenciaram que são as circunstâncias do objeto que sinalizam as mediações que o pesquisador deve considerar para explicar um determinado fenômeno que norteia o objeto que ele pretende construir e explicar.

A perspectiva das multimediações proposta por Orozco Gómez é um modelo que oferece excelentes pistas quando se trata de analisar a recepção enquanto lugar onde o processo da comunicação adquire sentido. Entretanto, cabe ao pesquisador tomá-lo apenas como grid de largada, pois ao longo do estudo é o pesquisador que irá desvendar as mediações que interferem no processo da comunicação como quem desvenda um mapa noturno.



Bibliografia do artigo

- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México: IMDEC, 1997.
- _____, *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*. In: **Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales**. México: Universidad Iberoamericana, 1991.
- JACKS, Nilda A. *Pesquisa de recepção: investigadores, paradigmas, contribuições latino-americanas*. In: **INTERCOM Revista Brasileira de Comunicação**. São Paulo, Vol.XVI,n. 1, jan./jun. 1993.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- _____, *El proyecto: producción, composición y "usos" del melodrama televisivo*. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. ; MUNÓZ, Sonia. **Televisión y melodrama**. Colômbia: Tercer Mundo Editores, 1992.
- NASCIMENTO, Marta Rocha. **Globo Rural e cotidiano em Sapucaia: estudo de recepção do programa Globo Rural pelos pequenos produtores rurais de Sapucaia, Pernambuco**. Recife, 1999. Dissertação (Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural) Universidade Federal Rural de Pernambuco.
- SANTOS, Maria Salett Tauk. **Igreja e pequeno produtor rural: a comunicação participativa no programa CECAPAS/SERTA**. São Paulo: 1994. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.
- _____. et alli. **Duas faces da mesma reforma agrária: estudo de recepção das mensagens da Comissão Pastoral da Terra no Engenho Gaipió**. Recife: CMARCR/UFRPE, 1998. (mimeo.).
- SOUSA, Mauro Wilton. **A rosa púrpura de cada dia: trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovelas**. São Paulo, 1986. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação). USP, ECA, p. 96.



Dos meios às instituições: caminhos pós-habermasianos para se pensar a comunicação

A noção de “meios de comunicação de massa” tem sido, ao longo dos anos, largamente utilizada por praticamente todos os autores de ciências humanas e ciências sociais e, a tal ponto que se pode dizer que está referendada pelo senso comum, em suas mais diversas formas. Termos como “veículos de comunicação de massa”, “mass media” ou, simplesmente, “meios”, já estão mais do que consagrados, para denominar periódicos impressos e emissoras de rádio e televisão, seja como diferentes institucionalidades, sistemas de comunicação e/ou suportes tecnológicos.

Este trabalho questiona os pressupostos que sustentam a concepção de comunicação vinculada às noções de “meio” e “massa”, na intenção de defender a tese de que sua utilização indiscriminada e conceitualmente acrítica demonstra aspectos relevantes da conhecida fragilidade epistemológica dos estudos de comunicação. Além disso, trabalha-se com a hipótese de que esta, por sua vez, deriva das inconsistências da teoria de sociedade dentro da qual aquelas noções fazem sentido. Com base nessa problemática, estuda-se de forma sintética algumas possibilidades de contribuição a partir da teoria dual de sociedade formulada por Habermas¹.

1. O que revelam os meios e as massas

A hipótese central da problemática na qual se concentra este trabalho é a de que os estudos de comunicação so-

cial, de uma forma geral, padecem de uma inadequação específica, relacionada a problemas teóricos e epistemológicos, que podem ser demonstrados a partir de uma crítica ao difundido conceito de “*meio de comunicação de massa*”. Para demonstrar isso, importa estudar seus pressupostos sustentadores.

Segundo essa perspectiva, o conceito de “meios de comunicação de massa” é inadequado porque, se utilizado rigorosamente:

1. Presume uma racionalidade finalista, de corte weberiano, para a ação social, dentro da qual as instituições de comunicação social, subsumidas como meros instrumentos ou aparatos mediadores, representam “veículos” de transmissão de sentidos percebidos como externos (como os da política e da economia) e ante os quais desempenham função subalterna ou, até, passiva (Weber, 1921, p. 15-16). Uma apreensão weberiana nesse sentido, da comunicação, implica, pois, uma visão instrumental dos processos a ela vinculados, criando diversas limitações e problemas para a análise. A racionalidade teleológica da teoria da ação de Weber irá encontrar em Habermas um crítico vigoroso, para quem aquele autor não percebeu a razão comunicativa e, com isso, não pôde delinear a possibilidade de uma ação não teleológica, orientada ao entendimento intersubjetivo (Habermas, 1981, p. 329).

2. Tende a apropriar ao funcionamento das instituições de

Luiz Signates é doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e professor da Universidade Federal de Goiás

(1) Uma análise mais minuciosa e completa dos argumentos contidos neste artigo está desenvolvida na tese doutoral do autor, em fase de conclusão.

comunicação a idéia de vicariedade ou de ação delegada, segundo a qual as operações por elas realizadas situam-se não como categorias inscritas numa lógica que lhe é própria, e sim como apropriações parciais delegadas por outros campos socialmente legitimados e autonomizados da modernidade (Rodrigues, 1990, p. 152 e seg.). A fragilidade da idéia de delegação também se encontra em seu marco weberiano, desta vez na limitação das esferas autonomizadas a apenas três patamares de racionalidade - moral-prática, cognitivo-instrumental e estético-expressiva -, resultando os demais campos em seus meros subprodutos, institucionalizados por “delegação” das esferas social e historicamente legitimadas.

3. Não oferece visibilidade aos processos estruturantes que se fizeram presentes, ao longo dos últimos séculos, nas atividades de comunicação no mundo capitalista, dotando-a de uma racionalidade própria a partir da institucionalização dos meios técnicos de controle das interações de natureza simbólica. Analisando, por exemplo, o vínculo entre a informação jornalística e a produção cultural, Ribeiro, a partir de Habermas, conclui que “(...) estas instituições nunca se confundiram, ou foram diluídas ou incorporadas, e nem se submeteram à condição exclusiva de mediadoras destes movimentos culturais em processo crescente de autodelimitação institucional” (Ribeiro, 1996, p. 47). A idéia de “meio” é, portanto, extremamente limitada para discernir os modos de institucionalização da comunicação na modernidade.

4.E, mesmo quando tais processos são tomados visíveis, tendem a ser mostrados numa relação dentro da qual os sistemas de comunicação são percebidos como instâncias totalizantes, na medida em que a idéia de massa subsume uma visão atomizada e passiva dos sujeitos sociais (Blumer, 1946). A noção de massa, de uso vulgar até hoje

em textos de diferentes procedências e linhas teóricas, vem sofrendo duras críticas desde a década de 1950, com as pesquisas e publicações que resultaram na vertente dos *cultural studies* ingleses (ver, por exemplo, Williams, 1960) e nos estudos de recepção e audiência em diferentes países, inclusive o Brasil.

É possível argumentar que nem todos os autores que utilizam a expressão “meios de comunicação de massa” o fazem dentro desses pressupostos mencionados. É verdade, mas, por conta disso, o problema não fica menor. Utilizada com excessiva vulgarização, a noção de meios de comunicação de massa acabou perdendo, assim, sua capacidade explicativa, já que se torna uma simples denominação, em trânsito pelas mais diferentes vertentes teóricas, nem sempre comprometidas seja com a idéia de “meio”, em perspectiva funcionalista, ou com a de “massa”, dentro da tradição sociológica que a fundou.

Nesse caso, a questão é: por que o seu uso se mantém, mesmo nos teóricos mais críticos e, inclusive, entre alguns que chegam a criticá-la? Uma questão similar é indagar até que ponto o reconhecimento da generalização do uso de uma expressão rigorosamente indevida pode, eventualmente, contribuir para reforçar objeções ao próprio método do levantamento de pressupostos, como se faz neste texto, sob o pretexto de que outro já seria o sentido de sua utilização. A isso se pode responder argumentando em favor do refinamento conceitual e taxonômico que é devido a qualquer processo que se pretenda científico, mesmo que não nos alimentemos de uma visão essencialista ou positivista da linguagem ou da ciência.

Entretanto, este não é o nosso principal argumento. Importa-nos mais o fato de como se toma visível, com a utilização conceitualmente acrítica de uma expressão tão frágil, a necessidade

(2) Este, por exemplo, é o caso típico de Thompson (1995, p. 30), que, após reconhecer que "... 'comunicação de massa' é uma expressão infeliz" e que "o termo 'massa' é especificamente enganoso", prossegue utilizando-os, sob o pretexto de denominar com eles a disponibilidade dos produtos da comunicação"... para uma grande pluralidade de destinatários". Isso, contudo, não é de forma alguma consistente, seja porque a idéia de quantidade não implica necessariamente o comportamento de massa, seja porque não é por tratar as audiências como se fossem massas (proposição em si já discutível) que estas se comportariam como se fossem, não sendo, tampouco, cabível que se fale de comunicação apenas pela perspectiva das intenções e procedimentos de seus produtores.



de buscar uma fundamentação teórica mais sólida para as teorias básicas que informam os estudos de comunicação, já que o seu uso indiscriminado esvazia o conceito de toda e qualquer possibilidade descritiva ou explicativa consistente. Em outras palavras, a presença e a permanência da expressão “meios de comunicação de massa” em textos científicos serve para revelar tanto uma inadequação da base teórica, no caso de seu uso rigoroso, quanto a ausência de uma dimensão crítica dessa base, no caso de sua redução a uma mera nomenclatura descomprometida dos pressupostos que a sustentam.

Eis porque este trabalho defende a tese de que essa noção deve ser abandonada, adotando-se outra perspectiva capaz de não apenas superar os problemas apontados, como, além disso, mostrar-se mais adequada para explicar os processos comunicacionais em curso no mundo contemporâneo. Uma coisa não poderá ser feita sem a outra, caso seja verdadeira a proposição, aqui sustentada, de que o uso contínuo de uma expressão inadequada revela, mais do que desatenção dos diversos autores, a necessidade de uma reflexão sobre as bases da teoria social sobre a qual se sustenta a teoria da comunicação. Nesse sentido, parte-se dos movimentos que têm determinado a superação desses pressupostos no campo da filosofia social, para, então, procurar-se verificar as contribuições possíveis para os estudos específicos de comunicação.

2. Caminhos de superação: a comunicação sem meios nem massas

Uma discussão crítica densa em tomo dos pressupostos mencionados encontra em Habermas um dos melhores autores contemporâneos. Será este filósofo, o último grande pensador da Escola de Frankfurt, quem mais densamente efetuará uma crítica aos pressupostos weberianos, fornecendo pistas e soluções para se repensar a

base em termos de teoria social na qual se sustentam os estudos contemporâneos de comunicação. Este trabalho concentra-se, assim, nos aportes desse autor, o qual, sinteticamente, contribui, na filosofia social:

1. Para uma superação da abordagem exclusivamente finalista da ação de Weber, por via da introdução do conceito de ação comunicativa. Habermas critica como sendo uma contradição central no pensamento weberiano o fato de compor um conceito complexo de racionalidade vinculado a uma teoria da ação, mas considerar a racionalização social exclusivamente sob o aspecto teleológico (Habermas, 1981, p. 329). Direciona-se então para, a partir de Mead, o desenvolvimento da noção de racionalidade comunicativa, pela qual a linguagem passa a ser vista como mediadora das interações, das formas de comportamento e das ações coletivas, em termos de uma intersubjetividade que possibilite um entendimento não coativo dos indivíduos entre si.

2. Para a superação de um quadro interpretativo fundado numa filosofia do sujeito e da consciência, pela perspectiva intersubjetivista, tarefa que Habermas cumpre em seu retorno a Mead, para quem as interações sociais não são simplesmente reações do organismo individual ao seu entorno (perspectiva objetivista), e sim interações dentro das quais os organismos reagem uns aos outros, incluindo nisso o comportamento simbolicamente orientado e a interação lingüisticamente mediada. Habermas constrói, assim, a partir da pragmática, uma concepção não reducionista da linguagem, cuja ênfase se estabelece no caráter simbólico e publicamente acessível, próprio da ação social e da própria estrutura da linguagem, e não simplesmente como algo “interior” à consciência.

3. Para a reformulação, nesse quadro, da questão da racionalização e da

autonomização de sistemas sociais, na modernidade. Habermas recusa a idéia, contida em Weber, Marx, Adorno e Horkheimer, de identificar racionalização social com aumento de racionalidade estratégica e instrumental dos contextos de ação, e redimensiona essa questão, ligando-a aos processos de diferenciação estrutural de sistemas sociais, em dois níveis: a integração social e a integração sistêmica, a partir da institucionalização dos mecanismos coordenadores da ação. Com isso, Habermas distingue entre a integração produzida pelo consenso assegurado normativa ou comunicativamente e a regulação funcional e não normativa de decisões, situada além da consciência dos atores e dotada de valor funcional. E, por conseguinte,

4. Para a adequação entre a teoria da ação e a teoria de sistemas, a partir de seu par conceitual *sistema/mundo da vida*. Define-se o sistema como conjunto de atividades vinculadas à sobrevivência econômica e política das sociedades modernas, mediante a regulação das conseqüências das ações de tipo estratégico e instrumental por mecanismos burocráticos e de mercado capazes de limitar o escopo das decisões voluntárias (Ingram, 1987, p. 153). E define-se o mundo da vida como o depósito de convicções inquestionadas ou autoevidências, que os participantes na comunicação usam nos processos cooperativos de interpretação (Habermas, 1981a, p. 176).

A contribuição habermasiana, pois, redimensiona o pensamento social, trazendo implicações importantes para as superações e questionamentos nos quais se baseia este trabalho. Ainda que se pense que a rede conceitual tecida por esse autor não consiga resolver alguns dos importantes problemas vinculados às especificidades dos estudos de comunicação social — o que certamente é verdade -, nem por isso se pode dispensá-lo ou reduzir sua importância, já que, como rapidamente

se buscou explicitar, Habermas efetua avanços irrenunciáveis em termos de filosofia social, dentre os quais pode-se mencionar com destaque a superação da perspectiva subjetivista e intencionalista da filosofia da consciência.

3. Abrindo picadas: em busca de caminhos habermasianos para a comunicação

Resta, então, saber em que termos a reformulação habermasiana da teoria social pode implicar em avanços e superações no modo de se pensar a comunicação social. Sintetizaremos tais pontos nos seguintes tópicos:

-A crítica da ação social vista como exclusivamente orientada a fins convida-nos a pensar até que ponto as instituições de comunicação podem ainda ser interpretadas como “meios” num contexto desse tipo de ação. Não parece caber dúvida de que as organizações empresariais e estatais de comunicação do mundo capitalista contemporâneo fundamentam-se numa razão estratégico-instrumental, sendo pois, perfeitamente explicáveis a partir de uma lógica em que prevalecem os pressupostos finalistas e de dominação. Essa constatação, porém, não é capaz de dar conta da complexidade das interações desencadeadas pela presença social dessas instituições. Primeiro, porque não se pode falar em comunicação social exclusivamente pela perspectiva intencionalista e estratégica de seus produtores, nem mesmo quando entram em cena categorias sólidas de um ponto de vista materialista, como os referenciais da economia e da política: há que se considerar um mundo de cultura que lhe serve de entorno e referencial³. E, segundo, porque não é de modo algum evidente que as pretensões de poder implicadas nas ações dessas estruturas se tomam obrigatória ou hegemonicamente realidades efetivas. Habermas está correto, ao falar de um “potencial emancipatório” contido na dependência das conexões

(3) É a sensibilidade para esse problema que, no nosso entender, confere sentido à proposição de novas articulações conceituais de grande implicação metodológica, como tem sido o caso da hoje famosa e muito mal utilizada noção de mediação, a partir do pensamento de Martín-Barbero (1987). Embora nos identifiquemos com a busca que a informa e reconhecamos a qualidade do trabalho deste autor, parece-nos problemático o alto grau de indefinição dessa noção - o que acabou tornando-a um conceito "guarda-chuva", desses em que cabe tudo. Uma discussão teórico-conceitual rigorosa dessa categoria, que procuramos iniciar em outro artigo nesta revista (Signates, 1998), ainda não foi publicamente feita pelos pesquisadores que se referenciam em Martín-Barbero.



de audiência às estruturas da linguagem e às suas possibilidades de deriva interpretativa (Habermas, 1981a, p. 552-3). A complexidade envolvida nessas interações não permite, portanto, situar os estudos em apenas um dos aspectos envolvidos, sem reduzir o outro e arriscar-se fortemente a falsear os resultados. Mas, de toda forma, parece evidente que a base weberiana, que informa a idéia de “meios” orientados a “massas”, é frágil para dar conta do problema.

-A descrição habermasiana da racionalização e do descolamento sistêmico do mundo da vida remete-nos à questão de saber como isso ocorre, no surgimento e na configuração estrutural dos processos comunicacionais no mundo moderno. Nesse sentido, toda uma tradição de estudos históricos da comunicação deve ser revisitada, utilizando as categorias construídas por Habermas, até onde couberem, como fios condutores para uma pesquisa específica, na qual se busque compreender em que medida o processo de racionalização permite se falar em comunicação como um campo social autonomizado.

-A teoria dual de sociedade (sistema/mundo da vida) permite ainda questionar se as relações movimentadas pela presença social das instituições de comunicação não se constituem também nesse conflito entre interações socialmente engendradas e funcionalmente circunscritas. Para isso, contudo, é preciso avançar para além das formulações do próprio Habermas, uma vez que, em seu esquema teórico, os sistemas na modernidade se institucionalizam em apenas duas estruturas, o Estado e a economia, e, por tal razão, as instituições de comunicação ocupariam o espaço da esfera pública, que, em seu modelo, representa o entorno do subsistema do Estado. Este último item lança, portanto, também a questão dos limites da teoria habermasiana para lidar com os problemas da comunicação

social.

Deve-se, portanto, examinar se a teoria da ação comunicativa, embora se mostre indispensável para um repensar da teoria social, é ou não capaz de dar conta do complexo problema da comunicação social no mundo contemporâneo. A postulação deste trabalho é a de que a formulação habermasiana, perante as exigências teóricas de se pensar a chamada comunicação de massas, enfrenta limites que exigem algumas reformulações categoriais. Senão vejamos.

-Habermas não se aprofunda, em momento algum, no estudo específico da comunicação social. Sua obra, compreensivelmente, está centrada em problemas de mais densidade nas tradições filosófica e sociológica, quais sejam a racionalidade e as ações sociais, a crítica do funcionalismo e a compreensão da presença do Estado e da economia nas sociedades européias.

-Nas poucas ocasiões em que trata do assunto, Habermas tem dificuldade de perceber o alcance e a profundidade das transformações engendradas pelo surgimento das tecnologias de comunicação na constituição dos vínculos sociais. Desde o princípio de sua obra, ele situa as relações a partir do modelo da interação face-a-face. Como pondera Thompson (1995, p. 119), “ao aderir à noção tradicional de publicidade como co-presença, Habermas privou-se dos meios de compreensão das novas formas de publicidade criadas pela mídia: ele as vê através das lentes do modelo tradicional, quando é justamente este modelo que foi substituído”.

-Mesmo em sua obra magna, Habermas situa os chamados “meios de comunicação de massa” (o conceito permanece, inquestionado, em seu trabalho) num quadro difuso, quase “ad hoc”, de sua teoria: a das “formas generalizadas de comunicação”, dotadas de um “potencial ambivalente” (regulador/emancipatório), já que se estruturam de forma monológica, mas



seguem dependendo da linguagem para desencadear os vínculos com os públicos conectados. Em todos os casos, sua abordagem dessa questão é episódica e superficial.

-Nesse sentido, Habermas situa, como foi dito, as instituições de comunicação não no âmbito do conflito sistema/mundo da vida, o par conceitual que sustenta sua teoria social, e sim no entorno sistêmico do Estado, isto é, na esfera pública, onde cumpririam pouco mais do que a função de “meios”, orientados a intermediar o Estado e a sociedade. Essa posição tem sido a mesma desde o início de seus trabalhos, bastando ver que, em sua primeira obra importante dentro do assunto, *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, ele menciona os “meios de comunicação” como órgãos da esfera pública. A defesa deste trabalho não é, evidentemente, a de que os sentidos da comunicação social não se vinculem de forma orgânica aos processos que compõem as esferas públicas, e sim de que esse lugar teórico acaba sendo demasiadamente frágil, se levado rigorosamente a sério, já que acaba localizando a comunicação social como espaço do mundo da vida, deixando de explicitar o sentido sistêmico com que sua institucionalização o revestiu, no processo de racionalização da modernidade. Talvez por ter sido excessivamente sistemático (conforme, inclusive, Giddens, 1984 e Ingram, 1987), Habermas não deixou espaço para a utilização de suas categorias como operadores analíticos visíveis em análises institucionais de sociedades nas quais as condições sistêmicas se dessem de modo diferente.

De toda forma, os avanços trazidos por Habermas tanto à visão weberiana, quanto à marxista, de sociedade não são renunciáveis, apenas por conta das fragilidades de sua teoria para abordar os processos de comunicação. Eis porque parece valer a pena enfrentar o desafio de, dentro do paradigma por ele

construído, trabalhar novas categorias que tomem possível tal abordagem. Eis o que se procurou fazer a partir de dois conceitos básicos: o conceito de **institucionalização sistêmica da comunicação** e a noção de **esferas públicas comunicacionais**. Trabalhem, rapidamente, as idéias básicas que fundamentam tais opções teórico-conceituais.

4. Dos meios às institucionalizações: a comunicação entre o sistêmico e o vivido

O conceito de **institucionalização sistêmica da comunicação** constitui uma proposta de parâmetro analítico que busca ser capaz de substituir a idéia de “meios de comunicação” compreendidos como “formas generalizadas de comunicação”, formulada por Habermas. Para isso, dentro de nosso trabalho, opera-se com duas opções metodológicas:

-a primeira, a de efetuar um retorno aos estudos de análise institucional, com o cuidado de não reassumir postulados estruturalistas, evitando, para isso, conferir centralidade para a noção de “instituição” (ou mesmo na dicotomia instituição/organização), adotando-se de preferência uma articulação que busque estudar **processos de institucionalização**;

-a segunda opção, de inserir a teoria sistêmica em perspectiva institucional, isto é, trabalhar o **modo sistêmico de institucionalização**, partindo para isso do critério habermasiano de definir os sistemas sociais como sendo formas de institucionalização de meios ou mecanismos de controle, pelas quais estes últimos, dentro das condições de racionalização e colonização do mundo da vida, ganham capacidade de estruturação sistêmica, na medida em que demonstram historicamente capacidade de substituir a linguagem na criação e reprodução de vínculos sociais.

A questão, portanto, torna-se



investigar se, no processo de institucionalização da comunicação, há um meio de controle que, como o poder e o dinheiro, seja capaz de desconectar a coordenação das interações de uma dependência específica das negociações e derivas implicadas na estrutura da linguagem. A hipótese com a qual temos trabalhado é de que esse descolamento é propiciado pelos meios técnicos. Para isso, as tecnologias da comunicação são historicamente engendradas como meios de controle, gerando o subsistema da comunicação social, presente no mundo moderno pela autonomização de sua institucionalidade, e cuja especificidade explica com vantagens o “potencial ambivalente” identificado por Habermas.

Essa tecnicidade assume, nessa formulação teórica, uma dimensão ambivalente, como é próprio de todos meios de controle, em perspectiva habermasiana. Primeiro, converte-se em elemento de redução dos custos implicados na comunicação interpessoal, na medida em que institucionaliza padrões autoreferentes de comportamento conectados tanto às rotinas técnicas quanto à formação de linguagens especializadas constituidoras de esferas de legitimidade e controle dentro do funcionamento interno das instituições. Segundo, transforma-se em argumento legitimador diante dos públicos conectados, os quais já se situam no âmbito de uma sociedade extremamente colonizada pelas tecnologias.

Ante tais institucionalidades, as demais esferas da sociedade - inclusive os subsistemas do Estado e da economia - são situados num quadro conflitivo em que o ato de comunicar nem aparece mais como uma competência geral, como nas sociedades pré-capitalistas, nem como uma mera função delegada, e sim como um campo próprio, dotado de racionalidade e procedimentos de legitimação e discursividade específicos daquelas instituições. Em outras

palavras, a institucionalidade da comunicação se toma sistêmica, sendo lícito falar em seus públicos e outros subsistemas como entornos, em regime de permanente conflitualidade. Os entornos das instituições sistêmicas de comunicação são, portanto, os demais subsistemas, como as organizações da economia e o Estado, junto aos quais os conflitos se desencadeiam na forma de relações mediadas pelos mecanismos do dinheiro e do poder; e o que chamamos aqui as **esferas públicas comunicacionais**, ou o espaço organizado ou não dos públicos conectados ou das audiências, em toda a sua complexidade sócio-cultural, cognitiva e psicológica.

Com a noção de **esferas públicas comunicacionais** pretende-se caracterizar tanto os entornos sistêmicos dos públicos conectados (perspectiva sistêmica), quanto os processos de cotidianação da vida em relações dentro das quais se entrecruzam atividades de consumo, cidadania e identidade. Percebida dentro desta articulação teórica, a interação entre emissoras ou jornais e seus públicos é, desde o princípio, relação de conflito, já que, por definição, um entorno sempre representa ameaça ao sistema que busca dominá-lo e ante o qual ele procede por resignificação e/ou resistência.

Estudar os públicos como entornos, contudo, não pode ser a única opção. Os sentidos emanados das programações e textos produzidos pelas instituições de comunicação não são os únicos contra os quais tais públicos se colocam em relação ou utilizam como referência. E, além disso, a mediação da técnica, como mecanismo de controle, exercida pelos procedimentos de discursividade e pelos recortes de tempos e espaços, possui um caráter ambivalente que é em princípio insuperável: ao mesmo tempo que exerce efeito legitimador, a técnica se introduz no mundo da vida, criando condições de interatividade e multiplicação das redes interpretativas que fragilizam as

pretensões de poder inseridas no processo da comunicação sistemicamente institucionalizada. Essa fragilidade tem sido insistentemente demonstrada, em nível empírico, pelos atuais estudos de recepção.

Eis porque, junto à pesquisa das condições de institucionalização e das relações entre sistema e entornos no campo da comunicação social, toma-se necessária uma **crítica da vida cotidiana** das esferas públicas comunicacionais. O mundo da vida também é espaço de luta, de embate e de debate⁴, onde linguagem e técnica igualmente competem entre si pela reprodução de relações e institucionalidades.

A noção de vida cotidiana que aparece como sendo a mais própria a este tipo de investigação procede do filósofo marxista francês Henri Lefèbvre (1946 e 1963) e que, para servir aos propósitos deste trabalho, implica ser pensada em termos das categorias habermasianas aqui revisitadas. Lefèbvre aponta as condições dentro das quais, na sociedade capitalista urbana, os processos de dominação avançam para dentro do mundo da vida, inscrevendo-se no âmago das categorias e estruturas da linguagem, por meio da tecnificação e da rotinização. Sua visão da vida cotidiana leva a dialética ao seu limite, percebendo o conflito entre um **vivido** instaurado na tradição, no tempo programado, na ação dominada, no formal da linguagem, e um **viver** que escapa a estas formalizações, transborda a linguagem, abre o jogo de possibilidades e temporalidades implicadas no conflito entre tradição e crítica, no interior da cultura. Sendo o lugar da ação humana por excelência, o cotidiano é o espaço do homem dominado, mas, dentro dele, o homem não é jamais completamente dominável. A vida cotidiana é feita de desníveis, produzidos pelo conflito entre o estruturado e o espontâneo, o formal e o informal.

Uma abordagem completa dos

resultados de uma contraposição entre Habermas e Lefèbvre não cabe neste artigo. Seja, pois, por enquanto, suficiente dizer que a abordagem lefebvriana dialetiza a idéia habermasiana de mundo da vida, ao passo que a teoria social de Habermas possibilita apreender Lefèbvre em termos de uma visão comunicativa da sociedade. Repensadas, tais categorias permitem pensar uma reinterpretação das instituições de comunicação, na contemporaneidade capitalista, em face da relação sistema/entorno com as esferas públicas comunicacionais, inscritas em um panorama de cotidianização de muito maior amplitude.

5. Anúncios conclusivos: indicações de novos olhares possíveis

Não há meios, não há massas. E a comunicação não se reduz a ações teleológicas orientadas a públicos metaforizados como alvos. A tradição crítica dos estudos de comunicação parecem encaminhar-se celeremente para a indicação de que novos horizontes podem ser entrevistados, quando as velhas teorias são revisitadas por novas tentativas e abordagens.

Por um lado, o capitalismo se aprofunda e se alarga. Invade os refolhos da vida cotidiana, transformando a intimidade em lucro e maximizando o desenraizamento de culturas e vidas. E se reproduz a partir do próprio suporte das redes de telecomunicações que se estendem sobre o mundo inteiro. Etnocídio e globalização se complementam, como faces de uma mesma moeda, na última onda expansionista do capital, o qual não apenas envolve a superfície das relações intersistêmicas em dimensões planetárias, mas também penetra os interstícios do dia-a-dia na grande cidade em que se converte o mundo inteiro. Para isso, multiplicam-se as estruturas sistêmicas e reduz-se, qualitativa e quantitativamente, o espaço de trocas simbólicas em que se agita o viver humano, ante um vivido

(4) A noção, extremamente interessante, de esferas públicas de embate e debate é trabalhada por Rovilson Robbi Brito em texto nesta edição de *Novos Olhares*



cada vez mais fabricado pelos processos de consumo, dominação e rotinização técnica.

Entretanto, por outro lado, pluralizam-se esferas públicas complexas e diversificadas, como fendas que se abrem ante os novos modos de dominação que surgem. Esferas públicas permeadas pelos sentidos globais do mundo interconectado, em busca de refazer por meio da interatividade e da resistência, a organicidade possível capaz de fazer valer uma nova visibilidade para as sofisticadas formas de exclusão e injustiça que se desdobram na virada do milênio. E também esferas públicas orientadas à afirmação do indivíduo e de sua intimidade como refúgio último de um vivido/viver que já não mais se estabiliza em valores locais respaldados pela tradição.

Cotidianizado e submetido, o homem contemporâneo é, dessa forma, o ser lançado na intersubjetividade de forma

imposta e irremediável, mas que, mesmo assim, mantém a subjetividade como perspectiva e esperança, ante um mundo que insiste em tratá-lo como objeto e resíduo. Nesse contexto, os processos de comunicação, enquanto o absorvem e, ao mesmo tempo, com ele dialogam, acabam permitindo que, mesmo esmagado pelo excesso de informação, ele prossiga se comunicando, identificando-se, pertencendo e se autoconstruindo. Os aparatos de poder simbólico, em que se converteram as instituições modernas de comunicação, viram-no pelo avesso, mas não são capazes de consumi-lo por inteiro. Deixam frestas, rachaduras, espaços pelos quais o mundo da vida se manifesta, pleno de possibilidades, abrindo o futuro ao desconhecido e lançando a possibilidade de transformar sistemas em meros mausoléus feitos de

pó e mármore.

Será essa uma utopia? Certamente.

Mas, não há material melhor para se forjar o futuro.

Bibliografia do Artigo

- BLUMER, Herbert (1946) *A massa, o público e a opinião pública*. In: COHN, Gabriel (1987) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: T. A. Queiroz.
- GIDDENS, Anthony (1984) *¿Razón sin revolución? La Theorie des kommunikativen Handels de Habermas*. In: GIDDENS, Anthony; HABERMAS, Jürgen; JAY, Martin; MCCARTHY, Thomas; RORTY, Richard; WELLMER, Albrecht; WHITEBOOK, Joel. **Habermas y la modernidad**. Madrid : Cátedra, 1994 (p. 153-192).
- HABERMAS, Jürgen (1981 e 1981a) **The theory of communication action**. V. I e II. Boston: Beacon Press, 1984.
- INGRAM, David (1987) **Habermas e a dialética da razão**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1993.
- LEFÈBVRE, Henri (1946) **Critique de la vie quotidienne**. V. 1. Paris : L'Arche, 1968.



- LEFÈBVRE, Henri (1963) **Critique de la vie quotidienne**. V. 2. Paris : L'Arche, 1968.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987) **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia**. México: GG.
- RIBEIRO, Lavina (1996) **Contribuições ao estudo institucional da comunicação**. Teresina: Edufpi.
- RIBEIRO, Lavina (1997) **A institucionalização do jornalismo no Brasil: 1808-1964**. Campinas-SP: Unicamp. (Tese de doutoramento)
- RODRIGUES, Adriano D. (1990) **Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade**. Lisboa: Presença.
- SIGNATES, Luiz (1998) **Um estudo sobre o conceito de mediação**. *Novos Olhares: Revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos*. Ano I, n. 2, 2.o semestre de 1998. São Paulo : ECA/USP. (p. 37-49)
- THOMPSON, John B. (1995) **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- WEBER, Max (1921) **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Brasília: Edunb, 1991.
- WILLIAMS, Raymond (1960) **Cultura e sociedade: 1780-1950**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.



O processo de recepção e as novas tecnologias de comunicação

NO - Como interpretar, na discussão teórica atual, novos media, como a Internet?

AM - Acho que ela é ainda um universo potencial de distribuição a ser inventado. A Internet, para mim, não é uma mídia, ainda não se configura como a televisão, o cinema, o rádio, que são modos de organização da informação, do pensamento, quer dizer, têm seus gêneros próprios, seus modos de ficção próprios, suas formas de veiculação da informação próprias. A Internet é um sistema de distribuição, por enquanto. É um gigantesco sistema de distribuição que está gerando suas próprias mídias. Nós estamos vendo nascer dentro da Internet meios específicos como, por exemplo, as comunidades virtuais, que são estes sites no ciberespaço, lugares onde as pessoas se encontram virtualmente, lugares que não existem. Nós poderíamos estar reunidos no ciberespaço, em vez de estarmos aqui fisicamente. Alguém poderia fazer uma interface, cada um teria um boneco se representando, estes bonecos sentariam na mesa e a gente ficaria assistindo, no monitor, um debate do qual nós estaríamos participando, seja através de texto ou através de voz. São mídias que estão nascendo, estão se desenvolvendo. Ainda são muito precárias mas têm um potencial gigantesco de expansão. Acho que a coisa mais interessante é que são mídias novas que tiram, de certa forma, aquele caráter passivo do espectador, são mídias que exigem um novo tipo de postura do agente dentro dele,

você não é mais alguém que está vendo algo que foi feito para ser contemplado, mas é alguém que tem potencial de transformar aquilo que está acontecendo. Você entra na Internet e o que vai acontecer é em função do que você faz, de decisões que você toma. Ou seja, você tem uma posição ativa com relação aquilo que está acontecendo. Nós poderíamos estar reunidos virtualmente e a reunião não está decidida, não é algo que alguém arquitetou, será em função do que cada um de nós vai dizer.

NO— Como é que o senhor analisa a televisão diante desta nova possibilidade mediática?

AM - Eu acho que a televisão é o meio que mais vai sofrer transformações dentro de um futuro bastante próximo. Isso os próprios magnatas e estrategistas da TV estão se antecipando, investindo dinheiro nestas novas tecnologias, porque eles sabem que a televisão, tal como ela existe, vai sofrer transformações violentas dentro de um tempo bastante próximo. Essas mudanças dizem respeito a uma série de coisas. Primeiro, à alteração do próprio conceito de programa, e de envolvimento do telespectador. À medida que a televisão for migrando para a Internet -nós não sabemos se a televisão vai migrar para Internet ou se a Internet vai migrar para a televisão -, as duas coisas tendem a juntar-se e misturar-se. A televisão e o computador não serão coisas diferentes. Eu não sei se a gente vai assistir televisão no computador ou se a Internet

Arlindo Machado é Professor Doutor junto ao Departamento de Cinema, Rádio e TV, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Professor e Coordenador do Curso de Pós-Graduação em Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP.



vai ser acessada pela televisão, ou -o que é mais provável- se as duas coisas vão acontecer simultaneamente.

A tendência é haver uma fusão cada vez maior entre essas duas coisas e aí, temos conseqüências bastante importantes, por exemplo: toda a idéia de programação vai ser alterada. O espectador não vai ser mais espectador, terá um novo nome, nós teremos de inventar um novo nome para ele, que não é mais alguém que fica “espectando” - que vem do latim *spectare*, que quer dizer olhar -, é alguém que tem papel ativo, ele vai tomar decisões, as coisas vão acontecer muito em função do que ele faz. Isto é discutível, claro. As decisões que este novo agente pode tomar são decisões que estão dentro de um marco previsto: o que pode ser feito é porque foi previsto que pudesse ser feito. Não se pode fazer qualquer coisa se essa coisa não está prevista no próprio programa.

De qualquer forma, esse sujeito que vai se defrontar com a programação, ele é quem toma as decisões, ou seja, não existem mais programas específicos para determinados horários. Tudo está lá. O sujeito, quando entra na Globo, por exemplo, tem toda a programação da Globo ali, e decide o que quer ver. Não tem mais jornal das oito, novela das sete, você tem tudo ali. Não só a programação do dia, mas também dos dias anteriores, provavelmente. Se você perdeu vários capítulos de novela, e quiser ver, você pode ver os capítulos em uma ordem diferente. Eu posso ver a televisão de uma maneira que eu programo, e não da maneira que foi programada pela própria rede. Isto traz conseqüências, dá um poder maior ao telespectador, que vai ver o que quer.

Eu acho que a postura atual do telespectador é muito passiva ainda, extremamente passiva. As pessoas chegam em casa cansadas, ligam a televisão, e seja lá o que for que estiver passando, elas vêem. Na verdade, não importa muito o que está passando, desde que distraia um pouco, a pessoa não está

preocupada com o que está vendo. Dentro de pouco tempo não vai haver nada disso. Você vai chegar, ligar a televisão, e não vai acontecer nada. A televisão fica só ligada, aquela coisa azul, ou fica um menu na sua frente, como em um computador que você liga, entra na Internet e não acontece nada, você só entrou. Aí, tem uma página inicial, que dá uma série de possibilidades, mas se você não escolher nada, não sai daquilo. Então você tem que estar sempre tomando decisões: eu quero ver isto, eu quero ver aquilo, e se não está legal, você pode parar de ver, ir ver outras coisas. Se não está legal a novela, vou ver o filme, vou ver o jornal. Então você pode fazer percursos diferentes, e isso, eu acho, que vai criar um espectador mais exigente, mais ativo, com maior capacidade de discriminação, pois a gente não tem que ficar esperando, e não têm de se submeter a decisões que foram tomadas por outros.

NO - Nesse contexto, qual seria a qualidade a ser buscada na TV?

AM - Difícil saber. Mesmo nas formas tradicionais é difícil saber quais as qualidades que a gente busca, imagine então no que vem aí pela frente. Eu sempre digo que a qualidade não é uma coisa fácil de ser definida, é bem mais fácil você definir o que não tem qualidade, dizer por que não tem qualidade. Até porque a qualidade está associada a idéia de criação, de invenção. A qualidade está muito ligada àquilo que não é repetição, que não é o lugar-comum, o esperado. E se algo não é o esperado, é algo que não está pronto, que está sendo inventado. Então, se você define: “qualidade é tal coisa”, você fechou, eliminando a possibilidade que alguma coisa seja criada diferente daquilo. Eu também acho que a qualidade é um resultado de uma discussão coletiva. Isso sempre foi assim, a própria idéia de democracia é assim. O que é liberdade, participação coletiva? Na verdade, a qualidade é uma discussão coletiva, é



uma vigilância permanente. Devemos estar permanentemente atentos e denunciando aquilo que a gente acha que não é livre, não é democrático, não é público. Da discussão coletiva a gente vai destilando formas mais avançadas, superiores. Eu acredito que ninguém tenha uma fórmula, aliás, a idéia de qualidade é inteiramente avessa a qualquer fórmula. Não há nenhuma regra que diga: qualidade deve ter isto e “não qualidade” é o que não tem isto, porque aí, você elimina aquilo que é a alma da qualidade, que é a descoberta, a invenção, o surgimento do que ainda não existe, a possibilidade de sair do lugar-comum, de inovar, de criar novas formas de vivência, de emoção, etc.

Eu sempre digo que o que falta é o enfrentamento dessa discussão. O que falta é essa discussão ser iniciada, e essa discussão vai destilando qualidade. Eu sempre cito o caso de Sheakespeare. Sheakespeare tem qualidade ou não tem? Tem gente que diz que não tem, que Sheakespeare é ruim. Mas milhões viram Sheakespeare ao longo da história e milhões chegaram à conclusão que ele é bom. Não é um especialista, um crítico que diz se Sheakespeare é bom ou não. É uma história vivida pela humanidade, que destilou trabalhos que são tão fortes que sobreviveram às críticas, que sobreviveram aos tempos e que até hoje têm coisas a dizer. Mas a qualidade que tem Sheakespeare não é a mesma qualidade que tem Balzac, que tem Bethoveen. São qualidades diferentes, por isso não cabe uma fórmula. Eu acho errado que digam: a televisão de qualidade deveria ser assim ou assado. Ela poderia ser qualquer coisa.

O que vai determinar a televisão de qualidade é um debate coletivo, e é isso que falta. A gente tem que fazer esta discussão, tem que ter o hábito de discutir televisão. Discutir mesmo: os programas, as novelas, os jornais. Não esta discussão anti-televisão, que generaliza de uma tal maneira que na verdade nada é discutido especificamente.

NO - Como o senhor vê a questão do controle social da televisão que se busca hoje no Brasil?

AM - Eu acho bobagem, não é por aí.

Eu acho bobagem mas, por outro lado, também devemos considerar o seguinte: a sociedade não pode deixar a televisão fazer o que ela quer. Eu acho que, quando o governo intervém, digamos que ele seja bem intencionado, ele tem atitudes infantis no modo que ele lida com a coisa. Mas eu acho que a sociedade e o governo -se pensarmos o governo em um sentido mais amplo, democrático- devem controlar a televisão que, afinal, é uma concessão pública e tem que prestar contas à sociedade. A sociedade deve fazer exigências com relação à televisão, sim, disto eu não tenho dúvida nenhuma. E esta discussão toda que está havendo é uma falsa discussão. Se o governo intervém é censura. Por que é censura? Porque quem controla os meios são os mesmos grupos. Esses grupos não querem ser controlados, não querem nenhum tipo de ingerência sobre eles, nem do governo, nem da sociedade, nem de ninguém. Então, cada vez que o governo vai lá e mexe na ferida eles gritam que isto é censura, é uma forma de autoritarismo e, às vezes, a gente embarca nisso. Eu acho que os meios de comunicação dominam muito a discussão, e nós, a Universidade, o pensamento científico, autônomo, estamos muito sem posições e de certa forma acabamos embarcando em temas que não fomos nós que colocamos. Faz tempo que a Universidade não põe temas para discussão. Nós ficamos discutindo temas que os meios colocam, e os meios de comunicação estão constantemente colocando temas que interessam a eles. Quando eles falam: “Contra a censura!”, vai todo mundo, claro, contra a censura. Quem não é contra a censura? Nós passamos tanto tempo lutando contra a censura, na época da ditadura. Mas “contra a censura” pode simplesmente significar: “então as redes de televisão podem



fazer o que quiserem, elas são donas do espaço eletromagnético, elas não têm de prestar contas à sociedade, a sociedade não pode intervir no que elas fazem”. Eu não acho que isto seja correto. A sociedade tem que impor restrições, limites. A questão agora é discutir quem tem legitimidade para dizer o que se pode fazer e o que não se pode. A sociedade tem que restringir sim a liberdade das emissoras, porque as próprias emissoras produzem censura interna, elas põem o que elas querem no ar, tiram o que querem do ar, e eu não vejo ninguém se mobilizando quando a Rede Globo não leva alguma coisa ao ar, por exemplo. Ninguém se mobiliza, não sai nenhuma notícia no jornal. Ou seja, censura é só quando o governo intervém, mas quando a própria emissora interfere em sua programação tirando coisas, mandando gente embora, ninguém fala nada. Há um processo de censura contínuo da própria rede com relação, por exemplo, a atitudes que seus empregados e criadores adotam em certos momentos. Há uma proposta na qual a sociedade constituiria uma comissão, ligada à Câmara, que definiria os limites da televisão e teria o poder legal de estabelecer sanções e eventualmente até de fechar emissoras ou redes, aplicar suspensões, etc. Esta comissão seria constituída por órgãos representativos da sociedade, não se sabe ainda quem, se o Congresso, o Judiciário ou representantes da área educativa. Eu não acho que este seja o caminho correto a se seguir. Este caminho legal é um caminho espinhoso, pois se a própria sociedade não está discutindo televisão, esta comissão não teria estofo intelectual para poder dizer o que a sociedade quer, não vai ter respaldo social.

Eu acho que a questão se refere à educação. Tudo deve começar nos níveis mais baixos de escolaridade. Nos E.U. A, por exemplo -eu sempre digo que a gente copia de lá só o que eles têm de pior, e não as coisas boas- existe uma disciplina, desde os primeiros anos de

escolaridade, que se chama Educação para Mídia, que teria o fim de preparar as pessoas para ver televisão -e mídia, de uma forma geral-, criticar e eventualmente até produzir, porque a produção é também uma forma de se dar conta do que se pode e não se pode fazer. Ou seja, criar cidadãos em condições de ver, discriminar, discutir, ser capaz de dizer se - e por que - algo presta ou não, desde os primeiros anos de escolaridade.

Por fim, o que eu acho que falta para a gente é, de um lado, essa discussão nacional da mídia. Mas uma discussão cotidiana, pois atualmente nós não temos uma crítica de televisão, que acompanhe os programas diariamente. Nós temos aqui, por exemplo, um curso de cinema que formou críticos, e um curso de rádio e TV que nunca formou críticos -aliás, nunca estive em seus horizontes formar críticos, gente que intervém na imprensa e que produz um pensamento, uma reflexão sistemática sobre o meio. Muita gente vai ao cinema influenciado por opiniões, pelas críticas que lêem. Tem até aquelas estrelinhas que aparecem no jornal... Então, bem ou mal, o cinema é discutido e acompanhado. Há páginas e páginas nos jornais destinadas a isso. A discussão gerada em torno do filme *Cronicamente Inviável*, por exemplo, foi impressionante. Não importa se o filme é bom ou não, mas a discussão que ele gerou é mais importante que o próprio filme. Ele fez aquilo que qualquer meio deveria fazer, que é gerar discussão, comoção, mobilização. Ele levanta temas e as pessoas enfrentam estes temas colocados, se colocam, rivalizam, se defrontam... Mas é assim que avançamos. No âmbito da televisão vemos pouco disso, e não é por que não temos programas instigantes. Eles existem, o que não existem são pessoas discutindo sobre eles. Temos um *Auto da Compadecida*, por exemplo, que entra no ar e não gera nada: nenhuma crítica no jornal, nenhuma discussão, nenhum pensamento da



Universidade a respeito, e aquilo morre, desaparece. Não aproveitamos coisas instigantes da televisão para desencadearmos uma discussão.

NO - Essa falta de discussão não estaria ligada à nossa pouca prática da cidadania, aos anos todos que ficamos fechados na Ditadura?

AM - Eu acho que isto é também um fator, mas não preponderante. A sociedade brasileira é uma sociedade em que a participação não existe, ela é difícil, não tem poucos instrumentos, poucas instâncias. A divisão de classes também é muito rígida, muito difícil de ser quebrada. Mas há mobilização, posicionamento de grupos, vemos movimentos fortíssimos, como os Sem Terra, por exemplo. Eu não acho que a sociedade seja anestesiada. Eu acho que o problema é com o meio, e não com a sociedade. É como a sociedade se relaciona com o meio. Durante muito tempo nós encaramos a televisão como mero divertimento, um passatempo, uma coisa que fica na sala para distrair as crianças enquanto a mãe faz alguma tarefa. Sempre tivemos uma imagem empobrecedora da televisão, e isto é genérico, pois os próprios intelectuais e produtores de TV a vêem desta forma. Há um crescimento de uma certa mentalidade sobre a televisão difícil de mudar. O difícil é mudar o que a gente acha da TV.

Mas tem gente que acha outras coisas da televisão. Temos gente muito esperta, criadores fazendo trabalhos extraordinários dentro da televisão, que lutam com uma dificuldade tremenda contra essa mentalidade instalada. E esta mentalidade está instalada na cabeça do proprietário da TV, do concessionário, de seus assessores mais imediatos e então todos os trabalhadores, dos maiores aos menores, a assumem como verdade. É incrível que não pode haver uma palavra mais difícil que eles já vêem dizer que o público não vai entender esta palavra. “Não fale

muito difícil, não fale mais que dois minutos porque as pessoas páram de prestar atenção”. A mentalidade criada a respeito do telespectador também é prejudicial. Às vezes eu imagino que as pessoas que fazem televisão têm em mente o telespectador mais estúpido do mundo, e fazem o programa em função deste telespectador imaginário: um sujeito não apenas desclassificado do ponto de vista intelectual, mas também despreocupado, que quer distração, que não quer problemas, conflitos, ele quer apenas relaxar. Precisamos saber como mudar esta mentalidade em todos os níveis, de crítica, de produção, de discussão.

NO - Neste contexto, como você vê a questão da recepção?

AM - Eu confesso que sempre tive muita dificuldade com a recepção, por uma deformação de constituição intelectual. Na nossa geração, quase todo mundo tem uma formação marxista originária, que é muito clara: numa sociedade capitalista, quem dá as regras é a produção, e não a recepção. No caso, a recepção seria algo equivalente ao consumo, e não é o consumidor que estabelece como deve ser o mercado. É a produção que impõe as necessidades, que condiciona o mercado. Então, quando invertemos e damos um peso ao receptor, damos a entender que o processo é contrário, que o receptor é quem vai determinar de que modo a televisão vai funcionar. Apesar disto, acho que a discussão sobre a recepção é importante, pois relativiza o peso excessivo que damos ao pólo produtor, como se não fossem as necessidades e os desejos das pessoas que impusessem certas soluções que se dão no nível da produção. Acho que hoje estamos em condições de pensar esta relação de uma forma mais complexa. Antes, o que se pensava era que o produtor decide e cria o mercado, cria o espectador. Aliás eu já vi umas declarações, acho que do Boni, nos tempos áureos da Globo, que



dizia que ele não estava interessado em saber o que o espectador quer, pois quem decide o que ele quer é quem produz. Como se através de uma produção constante de um programa pudesse ser criado um telespectador que goste do programa. É uma posição autoritária, arrogante.

A ênfase no pólo receptor trouxe dados novos a serem considerados, como: a televisão deve assumir temas que a sociedade está colocando, mesmo não querendo. Ela vai, cedo ou tarde, incorporar em novelas, jornais, seriados, temas que a sociedade impõe, para não ficar totalmente fora do que a sociedade está discutindo. Nenhum produtor resolveu por si colocar o tema dos Sem Terra na televisão, por exemplo.

Na verdade, é um jogo duplo: o pólo produtor realmente tem uma força, uma preponderância, mas ele não pode ser inteiramente refratário às exigências que vêm do pólo receptor. O que é a televisão? É resultado de forças muitas vezes contraditórias.

Acho que os estudos de recepção foram muito privilegiados com o surgimento de novas tecnologias, que recolocam de uma forma completamente nova o papel do receptor. As tecnologias interativas, que começam a dar um papel cada vez mais preponderante e ativo ao receptor, a ponto de hoje termos vários trabalhos em que não existe mais esta diferenciação produtor/receptor. A tendência hoje é criar trabalhos em aberto e que quem de fato vai fazer as coisas acontecerem é o receptor. Por isso eu até digo que o termo “receptor” está errado para os dias de hoje. A palavra receptor ainda trabalha na dicotomia velha, na qual alguém emite e alguém recebe. Precisamos de nomes novos para este novo agente, que está se impondo nos meios de comunicação.

NO - A passividade do espectador não estaria ligada exatamente à sua impotência tecnológica de reagir?

AM - Eu acho que isto é uma discussão

histórica. Eu acho que nos falta este novo campo de pensamento que está surgindo sobretudo na Europa, que é a Arqueologia da Mídia. A falta de uma perspectiva histórica, às vezes, faz com que a gente pense que as coisas sempre foram como são agora. Uma coisa interessante de entendermos é que, até mais ou menos a década de 20, essa separação não existia. E o rádio é, para mim, o meio mais importante para entendermos isso. O rádio sempre foi, durante todo seu surgimento até meados dos anos 30, um meio bidirecional e interativo. Todo o aparelho de rádio era receptor e emissor, o receptor de rádio é um aparelho que surgiu depois. Toda a pessoa que possuísse um aparelho de rádio tanto emitia quanto recebia informações. O rádio era então muito parecido com a Internet. Na verdade, há cem anos nós vivemos a experiência da Internet através do rádio. Cada pessoa que adquiria um rádio tinha que obter um prefixo, que funcionava como seu *e-mail*. Ela poderia, através dele, emitir e receber mensagens, além de poder sintonizar as emissoras de rádio comerciais e eventualmente também transmitir sua programação, como as pessoas que têm suas *home pages* na Internet.

O que aconteceu com o rádio, a partir de certo momento, é que a tecnologia foi cindida: o pólo receptor foi separado do pólo transmissor. Há uma discussão hoje se isto não irá acontecer com a Internet também. Há muita gente que suspeita que a Internet vai deixar de ser o que ela é hoje, deixar de ter esta liberdade. Eu não acho que a história se repita necessariamente, mas é questão de nos posicionarmos em relação a isso. A única maneira de garantirmos que a liberdade na Internet jamais vai ser questionada é ocupá-la.

NO - O senhor não acha que a discussão sobre a qualidade dos programas de TV coincide, pelo menos em termos de intensidade, com a chegada da TV a



cabo e com um tipo de programação que absoluto, por que a Rede Globo tem um padrão de produção, tem uma marca, e nunca vai ter diversidade lá dentro, e a Rede Globo é intocável nisso. É ela a que mais bate o pé dizendo que não pode haver ingerência externa. Deveria haver um processo legislativo que determinasse que uma televisão não pode pôr mais que 20% de programação no ar produzida por ela própria, que em geral são os programas jornalísticos, os debates. O resto da programação tem que ser comprada dos produtores independentes, isso geraria uma demanda gigantesca de produção de televisão, criaria emprego para toda essa moçada que está saindo dos cursos de televisão, que estariam criando propostas para ela. Até nos EUA é assim, não sei qual é a porcentagem de programação própria, mas é muito pequena.

AM - Eu participava de um grupo na PUC-SP para discutir esta questão. A nossa primeira pesquisa era sobre o pensamento sobre TV no Brasil. Tentamos resgatar as pessoas que pensaram TV no Brasil, que escreveram e fizeram debate sobre ela. Percebemos que já nos anos 50 esta discussão existia, de uma forma muito intensa. Chegamos a levantar todo o trabalho de um jornalista dos anos 50, sobre a qualidade da televisão. Nos anos 60, esta discussão voltou com os festivais de música popular—que, aliás, acho que é um dos grandes momentos da televisão brasileira, no qual ela estava totalmente integrada com a sociedade, era uma possibilidade de discussão política mediada pela discussão da música. Na verdade, não temos muita memória da História da Televisão, pois até pouco tempo não se estudava isto nas Universidades. Não há pesquisas, investigações sobre isto. Também pode ser questão de uso da palavra ‘qualidade’. Nos anos 50, se fala muito em ‘estética’ da televisão. Ela era então encarada como um meio novo, tão importante quanto o cinema, mas com outra estética, outra linguagem, a serem investigadas.

NO - Como o senhor vê a questão da programação televisiva no Brasil?

AM - Eu acho que a televisão demanda uma série de mudanças em nível legal, que aqui nunca existiram e que em outros países já existem, que vão de certa forma permitir o florescimento de divergência, de novas propostas de programação. Por exemplo, a televisão não pode produzir a sua própria programação. Tem que haver um limite pra isso. A rede de TV é um sistema de distribuição, mas ela própria não pode pôr no ar o que ela mesmo faz, tem que ter um limite para isso. Na Rede Globo, hoje, tudo o que vai para o ar é a própria Rede Globo que faz. O que não é ela que faz, ela compra dos Estados Unidos. Isso cria um vício

Outra coisa é a regionalização. As televisões locais simplesmente põem no ar a Globo, a Manchete, o SBT, não têm produção própria, a não ser aquele jornal local... é insignificante. Também deveria ter uma legislação que estabelecesse um limite de programação em rede nacional. Isso estimularia a produção própria da região, geraria emprego, a cultura local seria estimulada, em vez dessa chamada “integração nacional” que a televisão diz ter.

Isso sem falar na própria possibilidade de abertura de canais, coisas que a gente quase não tem aqui, como canais de acesso público, canais experimentais. Nós não temos aqui coisa que tem em alguns países europeus, que são instituições estatais, como a FAPESP, que financiam projetos de criação de programas experimentais, de pilotos de programas de televisão. A gente tem quatro ou cinco famílias que passaram por toda a tradição autoritária da ditadura, que dominam completamente o mercado de televisão no país. Não há diversidade, e a qualidade é consequência da diversidade. Não dá para pensar uma televisão diferente com essa

estrutura que nós temos. As televisões têm privilégios hoje que são coisas impressionantes. Por que a Rede Globo está sempre equipada com as tecnologias mais recentes? Ela vai ao Japão e compra as tecnologias mais recentes, e não pagam imposto nenhum. Não paga nada. As televisões estão isentas, mas qualquer produtora independente que compra uma câmera e paga impostos pesadíssimos.

As emissoras não pagam imposto também. Em muitos lugares existe um imposto sobre as telecomunicações, as emissoras deveriam pagar um imposto específico para poder estar utilizando esse privilégio que é o direito de usar o ar e ir para a casa das pessoas. Com esse imposto é que você financia, por exemplo, projetos experimentais na área de inovação em televisão. O Channel 4 é sustentado pelo imposto pago pelas outras emissoras. A gente não tem nada disso, há uma dominação absoluta que não é nem sobre TV, mas sobre a mídia, porque são grupos que dominam também a imprensa, o rádio, o mercado de discos.

NO - Qual o papel da Universidade na discussão sobre o lugar social da televisão?

AM - Ela não tem cumprido seu papel, pelo menos não em relação à televisão. É só ir à biblioteca e ver a produção de pensamento sobre televisão, pelo menos a nossa é muito pequena. Tem crescido nos últimos tempos, mas ainda é muito pequena. Se não formos nós, quem vai ser? É difícil imaginar que outros setores da Universidade tenham

mais autonomia ou mais meios, instrumental, para propor essa política ou pelo menos para desencadear essa discussão. Também não acho que uma discussão desse tipo tenha que ficar fechada dentro dos muros da Universidade, mas o desencadeamento dessa discussão deveria partir daqui. Eu acho que a Universidade está perdendo bastante o bonde da história, em muitas questões. Dentro da Universidade está todo mundo correndo atrás de seu salário, são problemas tão pequenos que perdemos a capacidade de intervir no debate e, mais ainda, de criar temas para discussão. Ainda nos anos 60, quando comecei a despertar para a vida intelectual, eram os intelectuais que davam o tom da discussão. Paulo Emílio, Antônio Cândido, os grandes intelectuais colocavam: “a discussão agora é essa”, e aí todo mundo vinha e discutia o que eles colocavam. Hoje quem coloca a discussão é a Folha de São Paulo. É impressionante, você entra na Universidade e está todo mundo comentando o que foi colgado na Folha de São Paulo. É a Folha de São Paulo que decide? É ela que dá os temas e a gente vai correndo atrás deles para tentar dar respostas às questões? Às vezes eu me recuso a responder certas questões, parece presunção, mas é que a gente não tem que ficar dando respostas a temas que não interessam à gente. Temos que criar nossos temas, inicialmente nos nossos recursos, nas revistas que temos, nos meios que temos acesso. O que não dá é ficar atrás de uma discussão que a imprensa e a própria TV colocam.



Bibliografia do entrevistado

MACHADO, Arlindo **A arte do vídeo**. Brasiliense, São Paulo, 1988.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. Edusp, São Paulo, 1993.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & Pós-cinemas**. Papyrus, Capinas, 1997

MACHADO, Arlindo. **Os primórdios do cinema (1895-1926)**. Agência Observatório, São Paulo, 1997.

MACHADO, Arlindo. **El Paisaje Mediático**. Libros de Rojas, Buenos Aires, 2000.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. Ed. SENAC, São Paulo, 2000.

Sociedade, novas tecnologias de comunicação e a possibilidade de articulação de espaços públicos de debate e embate

O presente trabalho busca refletir sobre os estudos sobre espaço público e a emergência do ciberespaço, indagando as possibilidades de articulação e de surgimento de espaços públicos parciais de debate e de embate.

I-Espaço público ou espaços públicos

O conceito de esfera ou de espaço público tem nos estudos empreendidos por Habermas e consolidados no livro “Mudança estrutural da esfera pública” sua introdução no ambiente de debate sobre política e sociedade¹.

Para Habermas, a esfera ou espaço público, é o âmbito social no qual são debatidos temas relativos à coletividade. É o “local” onde se apresentam através de discursos e onde se dá o debate racional. Assim, este espaço deve obedecer somente à lei da racionalidade, afastando outros elementos da vida social como o poder, o dinheiro e as hierarquias.

Na obra já citada, Habermas passa por diferentes momentos históricos, desde a ágora grega, para analisar a evolução do espaço público em épocas diferenciadas, até chegar ao estudo da esfera pública na sociedade burguesa e sua pretensa morte através de sua assimilação pela mídia e a subordinação desta aos interesses comerciais.

No conceito de esfera ou espaço público de Habermas, está o debate racional e argumentado e sua visibilidade pública, elementos contidos no processo e determinantes do mesmo.

Apesar de diferentes leituras e mesmo de questionamentos consistentes, a idéia de espaço público ganhou relevância nas ciências sociais e acabou por gerar conceitos derivados como opinião pública e interesse público, muito presentes hoje na análise da chamada democracia ocidental.

Aspecto polêmico desta construção teórica empreendida por Habermas é a definição de morte da esfera pública com a emergência das mídias tradicionais como empreendimento comercial. Enquanto os jornais serviam de espaço para o debate aberto e argumentado, apesar de perderem a característica dialógica que existia em espaços públicos anteriores, eles mantinham o princípio da argumentação racional e de publicização de opiniões. Ao assumirem a lógica do mercado, teriam substituído a racionalidade pelos interesses corporativos e comerciais. “Tal é o modelo de comunicação original do espaço público que, embora limitado a uma classe (ascendente) das sociedades capitalistas em formação (uma classe definida ao mesmo tempo pela propriedade dos meios de produção e troca, e por uma cultura específica), seduziu mais de um pensador social. Resta saber se ele foi algum dia aplicado como tal”.²

Na verdade, teria subsistido somente o espaço de publicização, de visibilidade pública, tendo sido erodida a característica do debate racional. Ou seja, os dois elementos constantes do espaço público: debate argumentado e visibilidade pública teriam sofrido uma

(1) HABERMAS, J. Mudança Estrutural da Esfera Pública. Ed. Biblioteca Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, 1984.

(2) MIÈGE, Bernard. O espaço público: perpetuado, ampliado e fragmentado. Revista Novos Olhares, número 3, USP, São Paulo, 1999.

Rovilson Robbi Britto é mestrando em Comunicação e Mercado, na Faculdade Cásper Líbero de São Paulo.

E-mail: rrbritto@bol.com.br



fratura, restando somente o espaço de exposição.

Apesar de concordarmos com a existência desta cisão, gostaríamos de buscar o conceito de espaço público dentro de outra perspectiva.

Na leitura de Habermas existe uma sociedade excessivamente idealizada, onde as diferenças são tratadas através da racionalidade e do debate.

É preciso afirmar que a utilização do conceito de espaço público habermasiano é sempre excludente e se refere aos setores dominantes ou emergentes na sociedade. O próprio autor reconhece este limite em seu artigo *O espaço público, 30 anos depois*³. Portanto, o debate racional e argumentado é o debate da diferença entre iguais, se partirmos do princípio de suas identidades sociais fundamentais. Não é o debate de toda a sociedade, mas da sociedade oficial e dos setores hegemônicos.

Os escravos, na experiência grega, estavam excluídos do debate racional. Será que eles eram inaptos a tal debate? Com certeza a pauta de suas discussões eram diversas das que ocorriam na ágora, mas eles a realizavam em outros espaços, também de forma discursiva e argumentada.

O que questionamos, portanto, é a valorização de um espaço público oficial em detrimento da importância dos demais. Se trabalharmos com configurações sociais mais reais, veremos suas contradições e suas lutas, suas tensões e suas disputas, muitas delas antagônicas e radicais.

Preferimos então trabalhar com a idéia da existência de pluralidade de espaços públicos. “O espaço público, fundado sobre uma multiplicidade de dispositivos e aparentemente constituído por uma justaposição de espaços ‘parciais’ que não se comunicam entre si...”⁴.

Esta visão de pluralidade baseia-se numa realidade social em que classes e setores sociais diversos vivem e se relacionam, não sem atritos e contradições

de aparência ou essência de seus objetivos.

Os cafés, e posteriormente a imprensa, no período de ascensão da burguesia enquanto classe, de fato se constituíam em espaços públicos dessa classe. Serviam como *locus* da unificação de idéias e projetos, senso estético e político de uma classe em si, como dizia Marx, para se constituir em classe para si, ciente de seus objetivos.

Também os sindicatos operários e os partidos revolucionários do século XIX se constituíram em espaços de debate e unificação de uma outra classe: a dos proletários que, não tendo além de sua força de trabalho, eram explorados pela classe burguesa, agora já no poder e tendo construído o espaço público político de acordo com seus interesses.

Tanto em um quanto em outro espaço, existiam diferenças entre participantes. A polêmica e as contradições existiam em função de idéias e de realidades objetivas distintas dentro da mesma classe. Porém, estas contradições não eram antagônicas, pois se inscreviam dentro de uma mesma identidade social.

Estes espaços públicos, conformados pelos interesses reais, buscavam se pautar pelo debate racional sim, mas sem a “pureza” universalista, presos a objetivos materiais e espirituais mais imediatos. Podemos afirmar que se constituíam em espaços públicos de debate (iguais - enquanto identidade social - debatendo suas diferenças), nos quais prevaleciam, no jogo de forças, o caminho de síntese.

Nessa configuração, os espaços públicos parciais de debate seriam espaços de unificação de opinião de classes e de setores sociais para o embate.

Porém, na arena social, estes interesses de diferentes classes e setores eram conflitivos e, não poucas vezes, antagônicos. Os espaços de contato destes interesses na vida em sociedade se constituíam em espaços públi-

(3) HABERMAS, J. O espaço público, 30 anos depois. Caderno de Filosofia e Ciências Humanas, Unicentro, UFMG, Ano VII, n. 12, Abril 1999.

(4) MIÈGE, Bernard. O espaço público: perpetuado e fragmentado. Revista Novos Olhares, número 3, USP, São Paulo, 1999.

cos de embate (diferentes - enquanto identidade social - buscando seus objetivos), nos quais prevaleciam os caminhos da antítese, da força - social ou de caráter repressivo. Localiza-se essencialmente no espaço público político normatizado e informal, mas também na mídia tradicional.

Dentro desta perspectiva, seria possível analisar de outra maneira o chamado espaço público contemporâneo ou mediático.

Assim, as mídias tradicionais comerciais, pelo lugar social e seus interesses, seriam espaços públicos de embate, apropriados e utilizados pelos setores hegemônicos, no qual se dá a exposição pública de suas opiniões procurando naturalizá-las. Se algum debate há, é entre iguais em identidade. As opiniões de outras classes ou setores sociais aparecem ali não no sentido de fazer parte ativa no debate, mas como mero argumento para setores que o exercitam. Mas esta presença da opinião do povo sem face, conseguida através de pesquisas de “opinião pública” traz para a cena do debate a sinalização da existência, ali e em outras esferas, do embate e da luta social.

Poderia se supor a mídia tradicional como espaço de debate, mas isso seria errôneo. Claro que ela reflete condições dos setores dominantes e em função delas pode-se abrir espaços para as opiniões de outros setores sociais. Porém, por sua própria constituição, a mídia tradicional não é espaço de discussão, mas de convencimento, de exposição pública das opiniões das classes dominantes, de tentativa de naturalização destas opiniões como sendo de toda a sociedade. Ela é espaço público de embate apropriado e utilizado. “Como na democracia a legitimidade deveria provir apenas do debate público, o que aqui se dá é puramente simulacro de esfera de discussão pública: esfera pública sem debate.⁵” É a mesma tentativa que o Estado procurou por séculos apresentar, de estar acima das classes e

promover a mediação de seus interesses e que, apesar da persistência deste discurso, está cada vez mais clara sua não veracidade. Hoje, é a mídia que se diz “independente”, sem “rabo preso”, tentando falsear seus intentos.

Ao utilizar-se da mídia de maneira funcional, os setores hegemônicos buscam claramente a persuasão, a conquista dos demais setores para seus intentos e para um modo de vida baseado em seus preceitos. São claramente estes interesses que movem as grandes redes de comunicação: venda de seu produto duas vezes, enquanto mercadoria e enquanto ideologia.

Com a fragmentação da sociedade, a tentativa é de fazer da mídia o espaço central do comum social.

No entanto, esta tentativa de apresentação da mídia tradicional como espaço público único encontra na realidade sua negação. “Em geral, no entanto, o príncipe eletrônico expressa principalmente a visão do mundo prevalente nos blocos de poder predominantes, em escala nacional, regional e mundial, habitualmente articulados”.⁶

As amplas e distintas parcelas da população se relacionam com a mídia tradicional. Mas não é uma relação de submissão e de passividade, é uma relação de conflito, em alguns momentos banais, em outros completamente antagônicos. “A temática da recepção estaria no quadro mais amplo das relações sociais e culturais, em seu jogo de significações históricas, incluindo, mas não dependendo apenas dos media”.⁷

Isto porque a grande mídia tradicional não destruiu espaços públicos parciais de debate e de vivência. “Para viver, precisam comer, beber, vestir-se, abrigar-se, mover-se, reproduzir-se; desenvolvem meios e modos de organizar formas de sociabilidade, jogos de forças sociais; dedicam-se a pensar, sentir compreender, explicar, fabular...”.⁸

(5) GOMES, Wilson. Esfera pública e mídia -II. VII Com pós, São Paulo, 1998.

(6) IANNI, Octávio. O príncipe Eletrônico. Primeira Versão, 78-IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.

(7) SOUSA, Mauro Wilton. A recepção sendo reinterpretada. Revista Novos Olhares, número 1. USP, São Paulo, 1998.

(8) IANNI, Octávio. O príncipe Eletrônico. Primeira Versão, 78-IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.



Este cotidiano compartilhado acaba sendo definidor do lugar e da identidade social das frações de classes e setores sociais. É nele que, apesar de toda a ficção que se tenta vender via mídia, lateja mais forte a realidade, com todos os seus contornos e dramaticidade. É ali que o social real se toma concreto.

A ambiência do cotidiano encontra no grupo de amigos, na família, no sindicato, nos partidos de origem popular, nas organizações sociais e religiosas, na cultura vivida e construída do dia a dia, os espaços públicos parciais de debate dos setores populares.

São espaços de identificação, de sedução e da realização da pulsão de estar junto. Mas, se transformam também em espaços de debate argumentado e de busca de coesão do grupo.

A realidade social e a pulsão de estar junto reclamam a ampliação numérica, mas também de articulação destes espaços de debate. Este é o único caminho para enfrentar, em novas condições, mais vantajosas que as atuais, os espaços públicos de embate social, localizados hoje no espaço público político, institucionalizado ou não.

II - Mídias tradicionais e o real vivo

Paulatinamente, a mídia foi ocupando espaços que anteriormente eram dedicados ao convívio social, dilacerando, em certa medida, os laços sociais e as relações dialógicas não mediadas pela técnica.

Neste sentido, o comum social que antes tinha seu espaço em comunidades reais, com temporalidades distintas entre si, mas sincronizadas internamente, foi sendo substituído pelo tempo da mídia, sobreposto ao tempo local.

Este contato social mediatizado que emerge passa a cumprir papel fundamental. Será ele o cenário da “integração” das temporalidades e das realidades distintamente vividas. Cria-se através da mídia a ilusão de um laço social entre pessoas com vivências e

com culturas bastante diferentes no seio da sociedade conflitiva. É a ficção da igualdade. Claro que existe aí uma troca simbólica entre o real mediático e o real vivido, entre o comum social mediático e os indivíduos que promovem sua recepção e sua ressignificação. Mas, apesar dessa troca, a mídia não consegue fazer deste laço social simbólico uma referência mais próxima do real vivido. Convivem, portanto, nem sempre amistosamente, duas esferas sociais distintas: os espaços públicos parciais de debate e vivência, com seus laços lastreados no cotidiano e no real vivido, e o espaço público mediático, com seus laços simbólicos baseados no real mediático, no “comum social” mediado pelas técnicas de comunicação.

Todo o esforço das mídias tradicionais, em especial a televisão, consiste em tomar-se espaço único do acontecer comum socialmente. Ou seja, existe o que tem seu espaço na mídia, o que é de “interesse” comum. O restante é resíduo, fragmentos da realidade capazes de despertar interesses somente de parcelas específicas. É a maneira de editar o social, com critérios que certamente não são comuns a todos as classes e setores da sociedade.

O ‘deu na televisão’, como prova inquestionável de verdade, como validação social daquela informação, é uma armadilha perigosa das mídias, que enreda mesmo setores mais esclarecidos. “O estúdio de TV, a redação de jornal deixam de ser meios de transmissão de fatos e tomam-se eles mesmos os produtores de mundos.”⁹

Duas visões derivam deste esforço: uma que assume o discurso do espaço mediático como único do comum social e que, conseqüentemente, alega que se deve disputar o espaço na mídia, chamar atenção do público através do espaço mediático. Esta visão acaba elegendo o espaço mediático como arena de negociação neutra da sociedade. Outra visão, afirma, corretamente, que o único caminho são os comuns vividos e compar-

(9) **FILHO, Ciro Marcondes.**
Jornalismo fin-de-siècle. Ed.
Scritta, São Paulo, 1993.

tilhados. Porém, muitas vezes esta visão resvala para a defesa da fragmentação social como sendo respeito às diferenças, e não como dificuldade de espaços mais amplos de debate argumentado e de unificação das parcelas com identidade social comum.

Parece-nos que, para se contrapor ao comum social mediático existente, seria necessário dar mídia aos setores que vivem seus espaços públicos parciais. Somente uma mídia de fato plural e aberta às classes e setores sociais, daria conta de fazer do espaço mediático o unificador do comum conflitivo da sociedade. Enquanto isso não ocorre, o acontecer social se dá em âmbitos distintos: espaços de vivências e culturas fragmentadas socialmente e o espaço da mídia, aspirando constituir-se como espaço único.

As mídias tradicionais construíram uma estética peculiar. Utilizando recorrentemente a narrativa, historicamente atrativa para o povo, acelerando imagens e trabalhando emoções e desejos não confessos, busca seduzir e capturar seus receptores. Estética mais de reflexo do que de reflexão, mais do sentir do que do pensar, mais do entreter do que do aprender. O fato de apelar para a emotividade não é negativo em si. Sua negatividade está na maneira de banalizar, de se aproveitar das carências e necessidades afetivas geradas numa sociedade de insatisfeitos para tentar impor seu padrão, para responder às vontades criando ilusões que serão frustradas na realidade, ampliando a dependência das pessoas em relação à ficção. Utilizando-se da identificação/projeção, esta estética atrai para uma trama imaginada, como fuga do drama vivido.

Estética que inclusive busca apagar a tênue fronteira entre real e ficcional, dando realismo à ficção e espetacularizando o vivido. Diante de uma realidade difícil e excludente, a sedução de “viver” o real mediático, mais liso e atraente.

Todo este esforço busca canalizar para a mídia a pulsão do estar junto, simulando laço social, simulando pertencimento, falseando satisfações. Dizemos simulação, porque utiliza a pulsão do estar junto para manter a solidão, a separação. Utiliza o impulso para a inércia, para a passividade. A pessoa sente-se interferindo somente por assistir.

Continua sendo, no entanto, no real vivido que as pessoas podem se realizar, não idealmente, mas com os limites e todas as infinitas possibilidades da realidade. É no social real que a pulsão de estar junto pode saltar do instintivo para o projeto, do fisiológico para o filosófico, da necessidade para a consciência.

Exatamente nisso que reside a virtual força e a fraqueza das mídias tradicionais. Elas podem criar uma realidade própria, ao seu bel prazer, mas não conseguem substituir a dimensão da realidade vivida, da cultura compartilhada pela ambiência do cotidiano. Assim, o real mediático e o real vivido se condicionam, mas não perdem seus contornos próprios nem suas dinâmicas específicas.

A análise das mídias tradicionais confirma a correção de dois deslocamentos importantes realizados no campo da teoria da comunicação: o primeiro, empreendido pela Escola de Frankfurt, de colocar o foco na sociedade e no uso que a mesma faz da comunicação; o segundo, levado a cabo pelos Estudos Culturais ao analisar o processo comunicacional em si, ressaltar a complexidade da recepção.

Porém, mesmo com estes acertos, as teorias existentes revelam seus limites para dar conta de uma análise mais consistente do processo comunicacional.

A teoria crítica, ao concentrar-se na força da ideologia presente no processo, desenhou uma realidade sem perspectiva de mudança: a comunicação como reprodutora automática dos interesses dominantes, em todas as escalas so-



ciais. Os estudos culturais, por sua vez, acertadamente valorizam a capacidade de amplas parcelas da população de se relacionar com o processo comunicacional como sujeitos, através da cultura vivida e compartilhada. Mas fica no meio do caminho, apontando o espaço da resistência (a cultura), desconsiderando que o espaço da superação passa pela ideologia. Ao não dar conta de fazer a ponte entre ideologia e cultura, com seus condicionamentos e reciprocidades, ambas teorias apresentam-se mancas.

Uma hipótese, a ser estudada e desenvolvida com mais vagar e sob o crivo da realidade, nos indica o caminho de uma relação intensa entre ideologia e cultura: ideologia como os elementos mais permanentes e a cultura como face mais dinâmica e aparente deste constructo. Cultura como manifestação real do social, como campo de resistência e de mudança. Ideologia como síntese geral, estrutura de uma nova cultura proposta. Seria, em suma, partir da cultura vivida não para garantir meramente sua sobrevivência, mas para propor sua superação.

Mesmo sem conseguir construir já uma ponte consistente, nossa opção é por ver cultura e ideologia como campos do conflito social, com ligações fundamentais para o entendimento da comunicação e da sociedade.

III-A emergência do ciberespaço e a sua arquitetura

A evolução das tecnologias permitiu o surgimento de uma nova dimensão social - o ciberespaço, com sua face mais visível que é a Internet, a rede mundial de computadores.

“O termo ‘cyberespace’ foi inventado pelo escritor ciberpunk de ficção científica William Gibson no seu ‘Neuromancer’ de 1984. Para Gibson, o ciberespaço é um espaço não físico ou territorial, que se compõe de um conjunto de redes de computadores através das quais todas as informações (sob as

suas diversas formas circulam)”¹⁰.

“O atual curso dos acontecimentos converge para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamentos e de trabalho para as sociedades humanas”¹¹. Não se trata de uma nova mídia, mas de um espaço qualitativamente novo, prenhe de possibilidades que podem alterar profundamente a cultura e a sociedade atual.

Esta nova dimensão não elimina as demais preexistentes. Relaciona-se com elas, é condicionada, mas também altera as demais. Portanto, não se pode esperar uma nova dimensão alheia aos problemas e conflitos existentes na sociedade, pois é desse “barro” que ela vai sendo construída. “O mundo virtual também está atravessado por tensões e antagonismo, fissuras e estridências, inovações e obsolescências”¹².

Baseada em tecnologia digital, em nanoprocessadores, interligada através de infovias ou via satélite, vai se estendendo rapidamente. Sua estrutura física de condução ainda está na lógica de troncos e capilarizações. Esta é a base real e material de sua existência.

É, porém, em seu funcionamento que se revela uma nova lógica e a emergência da nova dimensão. A nova lógica é a de uma estrutura rizomática, sem troncos, alimentada por milhões de pontos distintos interconectados e em crescimento exponencial. O seu funcionamento está baseado na transformação de qualquer tipo de informação (texto/dados/som/imagem) em códigos binários, que podem circular em abundância pelo ciberespaço e serem reconstruídos em qualquer um de seus pontos. Filmes, fotos, canções, reduzidos a códigos e disponíveis em suas complexidades em qualquer terminal.

O ciberespaço é o elemento novo da longa trajetória humana de construção de próteses técnicas para sua sobrevivência e desenvolvimento.

Ele instaura a simultaneidade, por trabalhar em tempo real, e altera as dimensões do espaço, por tomar presente

(10) LEMOS, André L. *As estruturas antropológicas do ciberespaço*. FACOM/UFBA, 1996.

(11) LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. Editora 34, São Paulo, 1995.

(12) IANNI, Octávio. *O príncipe Eletrônico. Primeira Versão*, 78-IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.

e disponível algo que está completamente distante no espaço geográfico.

Pelo conjunto de suas características, podemos afirmar que ele não é uma nova mídia, é uma nova dimensão, espaço de circulação simbólica, de fluxos incessantes, arquivo vivo e renovado a todo instante de idéias, produtos e informações.

Além de sua estrutura rizomática e da nebulosa de conteúdos, a característica mais importante desta nova dimensão é a possibilidade de interatividade, do diálogo entre os milhões de terminais espalhados pelo mundo inteiro.

Por não ser unidirecional, o ciberespaço supera a visão de emissor e receptor, abrindo um novo espaço de debate e embate. Apesar de poder conter mídia em seu interior, e de fato a tendência tem sido o da convergência das mídias tradicionais para a Internet, o ciberespaço comporta muito mais que mídia. Ele se revela como dimensão de convivência e convergência de qualidades humanas, apesar da ausência física dos interlocutores. Através da Internet, já se pode ver, ouvir e falar simultaneamente a outras pessoas conectadas em um mesmo chat. Nesta categoria estão as teleconferências, mas estão também as salas de bate-papo.

A troca de correspondência em tempo real, o envio de um arquivo de um jornal inteiro para ser impresso do outro lado do mundo, até a transmissão de um filme, já são realidade. “Rede das redes, baseando-se na cooperação ‘anarquista’ de milhares de centros informatizados no mundo, a Internet tornou-se hoje o símbolo do grande meio heterogêneo e transfronteiriço que aqui designamos como ciberespaço.”¹³ A presença do e- (e-mail, e-business, e-commerce, e-etc) indicando áreas das dimensões preexistentes e que migram para o ciberespaço é sinalizador de suas múltiplas utilizações e possibilidades.

A existência dessa nova dimensão vem provocando, e provocará com

intensidade ainda difícil de se prever, mudanças profundas no cotidiano das pessoas, na cultura compartilhada, no trabalho, na participação social.

Os impactos já existem, mas são somente indícios do potencial existente. A forma que este potencial será aproveitado depende sobremaneira da definição arquitetura do ciberespaço. Arquitetura que vai sendo definida por milhões de pessoas, mas que também sofre a interferência de setores poderosos da sociedade mundial. O julgamento do napster e do mp3 é apenas sinalização destes conflitos.

Muitos setores pretendem fazer do ciberespaço um grande e-market, transformando tudo em mercadorias. Esta postura obtusa pode comprometer seriamente a nova dimensão. O aspecto mercadológico pode estar presente na arquitetura do ciberespaço, mas não pode ser seu elemento estruturante, com o risco de subutilizarmos suas inúmeras possibilidades para a construção de uma nova cultura. “A alternativa é simples. Ou o ciberespaço reproduzirá o mediático, o espetacular, o consumo de informação mercantil e a exclusão numa escala ainda mais gigantesca que hoje... Ou acompanhamos as tendências mais positivas da evolução em curso e criamos um projeto de civilização centrado sobre os coletivos inteligentes: recriação do vínculo social mediante trocas de saber, escuta e valorização das singularidades, democracia mais direta, mais participativa...”¹⁴

Nossa opinião vincula-se claramente à perspectiva de uma arquitetura de um ciberespaço aberto às diferenças e a serviço de interesses mais amplos da humanidade, tanto no campo material quanto no campo simbólico. Queremos um ciberespaço de diversidade, não estruturado somente por visões oficiais ou dominantes em função do poder econômico.

A definição desta arquitetura é conflitiva e carece de debate qualificado e de participação da sociedade e dos

(13) LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva. Editora 34, São Paulo, 1995.

(14) LÉVY, Pierre. O que é o Virtual?. Editora 34, São Paulo, 1997.



milhões que já se relacionam com a nova dimensão.

Um ciberespaço livre, democrático e de acesso universalizado é o caminho para permitir que esta nova dimensão não seja espaço de reprodução da desigualdade e da exclusão, presentes na nossa sociedade.

IV- A possibilidade de emergência de espaços públicos de articulação social.

Do mesmo modo que o surgimento das mídias tradicionais promoveu mudanças significativas num conjunto de aspectos da convivência social e da própria produção material e simbólica, é de se prever que o ciberespaço, esta nova dimensão social viabilizada pela técnica, leve a cabo mudanças muito mais importantes.

Dentre as mudanças que ele inaugura, está a possibilidade de recuperação dialógica, mediada pela técnica, mas permissiva do debate argumentado e da postura de sujeito dos indivíduos interconectados. Virtualiza a presença, mas a compensa com a possibilidade de participação e de troca, de tomar comum idéias e propostas.

A fragmentação social, fruto de um longo percurso de desenvolvimento contraditório, estabeleceu grupos que se caracterizavam como coletivos inteligentes. Enfrentando especificidades temáticas e por áreas, estes grupos, separados entre si, empreendem muitas vezes esforços numa mesma direção, sem, no entanto, se alimentarem ou se conectarem para a troca, para o pensar junto.

Com o ciberespaço abre-se a possibilidade de um passo à frente neste sentido. Possibilita-se o surgimento, no lugar de coletivos inteligentes, de inteligências coletivas, ou de produção intelectual e simbólica de maneira amplamente compartilhada, potencializando capacidades individuais, de grupos e setores numa mesma direção.

Claro que isto não se dá esponta-

neamente dentro da nebulosa do ciberespaço. São necessários vetores temáticos, pautas comuns, estruturação de redes dentro da própria rede. Estes espaços dentro do ciberespaço já estão se constituindo: são nichos por área de conhecimento e interesse, como rede eletrônica de ONGs, portais voltados a debates como esporte, música, sexo, política, etc. Um mosaico gigantesco, reprodução ativa da imensa diversidade das dimensões preexistentes.

Os coletivos inteligentes seriam espaços de debate racional e argumentado, visando o convencimento e a unificação de propósitos. “Esse projeto convoca um novo humanismo que inclui e amplia o ‘conhece-te a ti mesmo’ para um ‘aprendamos a nos conhecer para pensar juntos’, e que generaliza o ‘penso, logo existo’ em um ‘formamos uma inteligência coletiva, logo existimos eminentemente como comunidade’.¹⁵” Sua semelhança com a definição de espaço público não é mera coincidência. Lévy afirma: “... em termos sociais, seria sem dúvida fornecer aos grupos humanos instrumentos para reunir suas forças mentais a fim de constituir intelectuais ou ‘imaginantes’ coletivos.”¹⁶ De fato, o ciberespaço estabelece a possibilidade do surgimento de ágoras virtuais, de espaços propícios à exposição pública das opiniões e de seu debate racional.

Dizemos “ágoras”, porque não cremos que seja possível estabelecer uma única arena comum, nem para o debate nem para o embate entre interesses distintos e antagônicos na sociedade.

Estes ciberespaços parciais podem potencializar o debate, re-ligar identidades e identificações dispersas no espaço geográfico mundial, criando novos mapas, novas comunidades, novos nexos de pertencimento, renovando a experiência comum e a cultura cotidiana. O global pode encontrar nesta dimensão o espaço de sua articulação, principalmente no que tange os movi-

(15) LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva. Editora 34, São Paulo, 1995.

(16) idem.

mentos sociais, já que os setores dominantes já dispõem em abundância de instrumentos para sua articulação.

Neste sentido, poderá se esvaziar a idéia de opinião pública, com toda*s as armadilhas e distorções que já analisamos, e poderemos tratar com as opiniões do público, de maneira mais transparente e com maior lastro no real vivido.

Para que este potencial se realize, é imprescindível que não existam normas e regulamentações que aprisionem o ciberespaço, que limitem sua utilização diversificada. Só assim poderão emergir espaços públicos virtuais, como “local” de debate do real vivido e não de um novo real fictício ou mediático.

Não vemos o ciberespaço como substituidor do real vivido e compartilhado, da cultura que emerge do cotidiano. Mas, como potencializador, como renovador deste laço social que foi sendo fragmentado pelas mídias tradicionais. Não como elemento de contato virtual e de isolamento da convivência social, mas como local de expressão e de debate desta realidade, de articulação social e da busca de sua mudança dentro de uma perspectiva mais coletiva.

É nesse sentido que acreditamos na possibilidade da emergência de ciberespaços públicos parciais de debate e embate, como vetores da discussão racional de classes, setores e temáticas sociais, auxiliando em suas coesões e também na explicitação e publicização dos conflitos. Ciberespaços de encontro de qualidades e identidades humanas, de inteligências coletivamente construídas.

Reconhecemos estes ciberespaços como real potencial, não como real realizado. Entre um e outro está um caminho difícil de luta em tomo de qual arquitetura se estruturará o ciberespaço.

Não nos inscrevemos entre aqueles que se deslumbram com estas possibilidades, a ponto de perder conexão com o real das demais dimensões sociais, nem entre aqueles que encaram com

profundo ceticismo a emergência deste novo espaço.

Assim como as demais técnicas, ao longo da história, existe e existirá luta pela apropriação desta nova dimensão. Se a conseguirmos coletiva, e este é nosso objetivo, descortinaremos múltiplas possibilidades.

V - Algumas conclusões

Vimos que existe uma crise ampliada pela globalização, crise que aprofunda a exclusão social e que revela a fragilidade da representação e das instituições ocidentais como referência de democracia. A receita de democracia parlamentar, exportada para o mundo todo, não dá conta da garantia de direitos iguais para os diferentes, mais que isso, aprofunda, através da dinâmica global, o distanciamento do poder decisório da realidade cotidiana vivida e compartilhada pela população.

Apesar do intento de fazer das mídias tradicionais espaços para coesão social, espaço público único, a experiência vivida, a cultura dos grupos, subsistem e resistem, contrapondo ao espaço mediático oficial o real vivido.

Os espaços públicos parciais apresentam-se ainda muito apartados, sem explorarem seu potencial de identificação como forma de amplificar sua força nos espaços de embate.

Nessa ambiência social, a área manifesta de contradição é a da cultura, mas esta aparece como expressão dinâmica e real das estruturas ideológicas, mais rijas e menos visíveis. A contradição concreta apresenta-se em termos de cultura, mas sua raiz está no ideológico.

As novas tecnologias geraram uma nova dimensão social, chamada ciberespaço, que está em processo de definição de sua arquitetura, em tomo da qual existem conflitos manifestos.

Vemos que este ciberespaço pode ser o “local” da renovação dos laços sociais, de novos espaços públicos parciais e da articulação deles entre si.



Mais. Vimos que por suas possibilidades técnicas, a depender de sua arquitetura, o ciberespaço pode ambientar o embate, praticamente inexistente nas mídias tradicionais, entre as classes e setores da sociedade, que têm interesses distintos e, muitas vezes, antagônicos.

Este caminho permite às pessoas atuarem como sujeitos sociais através do ciberespaço, a partir de sua cultura local e vivida, na dimensão do regional, nacional e do global.

Além da definição da arquitetura do ciberespaço nos termos que defende-

mos, é preciso também universalizar o acesso a essa dimensão; garantir educação digital a toda a população; dar condições de produzirem e colocarem para “navegar” seus conteúdos; estabelecer vetores de identidades que gerem redes dentro da rede.

Esta deontologia da arquitetura e do funcionamento do ciberespaço não tem a pretensão de superar os problemas existentes e evidentes de nossa formação social contemporânea, mas procura abrir brechas, trilhas, que podem ajudar a encontrar caminhos novos e consistentes.

Bibliografia do artigo

- FILHO, Ciro Marcondes. **Jornalismo fin-de-siècle**. Ed. Scritta, São Paulo, 1993.
- GOMES, Wilson. **Esfera pública e media -II**. VII Compós, São Paulo, 1998.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**. Ed. Biblioteca Tempo Brasileiro, n. 76. Rio de Janeiro, 1984.
- HABERMAS, Jürgen. **O espaço público, 30 anos depois**. Caderno de Filosofia e Ciências Humanas. Ano VII, n.12, abril de 1999. Unicentro, Belo Horizonte.
- IANNI, Octávio. **O príncipe Eletrônico**. Primeira Versão, 78 - IFCH/Unicamp, Campinas, 1998.
- LEMOS, André L.. **As estruturas antropológicas do Cyberespaço**. FACOM/UFBA, julho 1996.
- LÉVI, Pierre. **O que é o virtual?**. Editora 34, São Paulo, 1997.
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. Editora 34, São Paulo, 1995.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. Ed. UFRJ, Rio de Janeiro, 1997.
- MIÈGE, Bernard. **O espaço público: perpetuado, ampliado e fragmentado**. Revista Novos Olhares, n. 3, 1999. USP, São Paulo.
- SOUSA, Mauro Wilton. **A recepção sendo reinterpretada**. Revista Novos Olhares, n.1. USP, São Paulo, 1998.



Bibliografia Comentada:

Pode-se amar a televisão?

Arlindo Machado

No catálogo da quinta edição do *Invideo*, evento que ocorre todos os anos em Milão para mostrar e discutir a produção audiovisual italiana, os curadores da mostra de televisão começam assim o seu texto de apresentação: “Temos que confessar que este é um ato de amor pela televisão. Sabemos que não é fácil dizer isso em voz alta. É sempre mais fácil confessar nosso amor pelo cinema...” (Candalino e Ciorciolini, 1998: 96). De fato, não soa muito inteligente dizer-se apaixonado pela televisão. Se a confissão de amor pela literatura ou por quaisquer outras formas sofisticadas de arte funciona como uma demonstração (às vezes também uma impostação) de educação, refinamento e elevação do espírito, a paixão pela televisão é, em geral, interpretada como sintoma de ignorância, quando não de desequilíbrio mental. Mas por que as coisas são assim?

Dizer que na televisão só existe banalidade é um duplo equívoco. Em primeiro lugar, há o erro de considerar que as coisas são muito diferentes *fora* da televisão. O fenômeno da banalização é resultado de uma apropriação industrial da cultura e pode ser hoje estendido a toda e qualquer forma de produção intelectual do homem. Exemplo particularmente sintomático desse fenômeno é a transformação das livrarias, tradicionais pólos de encontro das camadas intelectuais, em supermercados da cultura, especializados em *bestsellers* e digestivos, para onde acorre um público de massa, que

lota seus carrinhos de compra com uma subliteratura de consolo e manuais de auto-ajuda. Não é muito diferente o que acontece no cinema, hoje largamente infectado pelos *blockbusters* de Hollywood e voltado prioritariamente para a produção de descartáveis para as salas de exibição em *shopping centers*. Por que deveria a televisão pagar sozinha pela culpa de uma mercantilização generalizada da cultura?

Por outro lado, da mesma forma como, na contramão das tendências hegemônicas, continua existindo uma literatura de insubmissão ao gosto padronizado e um cinema de expressão de inquietudes não catalogadas, existe também vida inteligente na televisão. Uma pesquisa seriamente conduzida pode demonstrar que o acervo de obras criativas e inquietantes produzido pela televisão não é maior nem menor que aquele acumulado em outras linguagens. Ao longo de seus mais de cinquenta anos de história, a televisão deu mostras de ser um sistema expressivo suficientemente amplo e denso para dar forma a trabalhos complexos e também abriu espaço para a intervenção de mentalidades pouco convencionais, gente como Krzysztof Kieslowski, Raúl Ruiz, Jean-Christophe Averty, Nam June Paik, Jean-Luc Godard, Robert Altman, Rainer Werner Fassbinder, Sandra Kogut, Roberto Rossellini, Peter Watkins, Henri-Georges Clouzot, Peter Greenaway, Zbigniew Rybczynski, Samuel Beckett, Alfred Hitchcock, Ingmar Bergman, Eenie Kovacs, Peter

“À guisa de prefácio”, texto de introdução ao livro **A televisão levada a sério** (Editora Senac-SP, 248 pp.). Reproduzido pela Novos Olhares com autorização do autor.

Arlindo Machado é professor e pesquisador junto à ECA/USP e à PUC/SP.



Sellars, Gianni Toti, Miklós Jancsó, Orson Welles, Glauber Rocha, David Lynch, Guel Arraes, Federico Fellini, Robert Wilson, Alexander Kluge e tantos outros que ajudaram a construir uma ética e uma estética da televisão.

Eis porque se pode amar a televisão sem necessariamente precisar fazer concessões a qualquer espécie de banalidade e sem correr o risco de se passar por ignorante. Tudo é uma questão de mudança de enfoque. Em lugar de prestar atenção apenas às formas mais baixas de televisão, a idéia é deslocar o foco para a diferença iluminadora, aquela que faz expandir as possibilidades expressivas desse meio. Num levantamento preliminar que fiz para este volume pude arrolar cerca de duzentos programas, produzidos em várias partes do mundo, que podem ser considerados dignos da atenção da parcela mais inteligente do público e cujo conhecimento é imprescindível a todos aqueles que se dedicam seriamente à abordagem da televisão. Essa lista é apenas um primeiro passo na direção de uma reconsideração do papel da televisão na constituição da cultura contemporânea e deverá ser continuada com a inevitável descoberta de outras preciosidades até agora ignoradas pela parte pensante da sociedade.

Esquemáticamente, pode-se abordar a televisão (da mesma forma que qualquer outro meio) de duas formas distintas. Pode-se tomá-la como um fenômeno de massa, de grande impacto na vida social moderna, e submetê-la a uma análise de tipo sociológico, para verificar a extensão de sua influência. Neste caso, a discussão sobre a qualidade da programação tem pouca aplicabilidade. O que vale é a amplitude das experiências e a magnitude de suas repercussões. É por isso que abundam nesse tipo de abordagem os estudos baseados em *rating* (sondagem da quantidade de audiência) e é por isso também que, no geral, as abordagens sociológicas acabam coincidindo de

forma particularmente perigosa com as pesquisas mercadológicas. Mas também se pode abordar a televisão sob um outro viés, como um dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os vãos de sua imaginação. Aqui, a questão da qualidade da intervenção passa a ser fundamental.

Minhas preocupações com os problemas relacionados com criatividade e inteligência em televisão nasceram do trabalho docente. Como professor do curso de Rádio e Televisão na Universidade de São Paulo, sempre me senti incomodado com a falta de referências sofisticadas que pudessem servir de farol e bússola aos alunos que se formam nessas especialidades e que vão em seguida atuar no mercado profissional. O meu parâmetro de comparação era o curso de Cinema e Vídeo. Para passar pelo processo de seleção e ingressar neste último curso, os alunos tinham de comprovar um conhecimento básico da história desses meios. Depois, ao longo do curso, os alunos aprendiam a fazer cinema e vídeo através do contato freqüente com as obras mais importantes produzidas nessas linguagens. Não se admitia - como de resto continua-se a não admitir - um profissional de cinema e vídeo, seja ele realizador, crítico ou docente, que não tivesse mantido contato com o repertório fundamental de obras produzidas nesses meios (pensamos em coisas como os filmes de Griffith, Welles, Eisenstein, Godard, Resnais, Kubrick, Rocha e os vídeos de Viola, Paik, Hill, Cahen e Toti).

Com os alunos de Rádio e Televisão, todavia, isso não acontecia, simplesmente porque não existia um trabalho anterior de avaliação da história desses meios, conduzido por gerações de críticos e pesquisadores competentes,



que pudesse indicar um repertório fundamental de trabalhos televisuais. Que valores éticos e estéticos poderíamos então cultivar nesses alunos, se não existiam referências positivas (ou negativas, mas no sentido produtivo do termo) para nelas nos basearmos? Que espécie de televisão poderíamos esperar de gerações de profissionais formadas com base apenas num pragmatismo desinformado e que nunca tiveram contato com produções qualitativas? Aos poucos, começou a ficar claro que as abordagens sociológicas convencionais não eram suficientes quando a questão a ser enfrentada era não apenas o diagnóstico da presença da televisão no mundo, mas os *valores* a partir dos quais poderíamos intervir produtivamente no processo televisual. No fundo, o desafio pedagógico básico era forjar uma idéia de televisão com a qual pudéssemos nos identificar, de modo a poder colocá-la em prática no trabalho de formação das mentalidades criativas que iriam fazer a televisão do futuro.

Existem muitas teorias - algumas brilhantes, outras nem tanto — sobre o que é ou o que pode ser a televisão. Algumas delas imaginam a televisão intrinsecamente ligada à vida cotidiana (Ellis, 1985), outras à cultura popular (Fiske, 1987), outras ao espaço público (Wolton, 1990), outras ainda a mecanismos de mediação entre emissores e receptores (Martín-Barbero, 1993). São teorias interessantes, quando tomadas seriamente. Nos últimos anos, entretanto, a discussão sobre televisão, sobretudo no Brasil, desceu a um nível de ingenuidade lastimável, em razão principalmente da contaminação da área por um sub-sociologismo repleto de chavões, que chegou ao extremo de sugerir que as formas mais degradantes de televisão “refletem” (a velha tese da “reflexão”) a degeneração social ou as mazelas da desigualdade econômica, funcionando portanto como um sintoma ruidoso do estado de convulsão dos excluídos. Daí à aceitação e à apologia

do lixo televisual falta apenas um passo. Na verdade, a associação entre crises sociais e modelos degenerados de televisão é ingênua e equivocada, pela simples razão de que tais modelos não são criados em situações de crises: eles são importados de países ricos, sobretudo dos EUA, e implantados por decisão exclusiva dos profissionais da área e dos setores econômicos que os financiam.

Na minha opinião, *a televisão é e será aquilo que nós fizermos dela*. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser qualquer coisa fixa. Ao decidir o que vamos ver ou fazer na televisão, ao eleger as experiências que vão merecer a nossa atenção e o nosso esforço de interpretação, ao discutir, apoiar ou rejeitar determinadas políticas de comunicação, estamos, na verdade, contribuindo para a construção de um conceito e uma prática de televisão. O que esse meio é ou deixa de ser não é, portanto, uma questão indiferente às nossas atitudes com relação a ele. Nesse sentido, muitos discursos sobre a televisão às vezes me parecem um tanto estacionários ou conformistas, pois negligenciam o potencial transformador que está implicado nas posturas que nós assumimos com relação a ela; e “nós”, aqui, abrange todos os envolvidos no processo: produtores, consumidores, críticos, formadores etc.

Uma palavra-chave nas discussões mais recentes sobre televisão é qualidade. Alguns autores e alguns eventos nacionais ou internacionais instituíram, inclusive, o termo *quality television* (televisão de qualidade) para designar o novo foco de interesse. Eu particularmente não gosto dessa expressão, pois o acréscimo de um adjunto adnominal à palavra televisão produz uma discriminação que pode ser nociva à própria idéia que se quer defender. De uma forma geral, ninguém fala de “literatura de qualidade”, nem de “cinema de qualidade”, nem de



“música de qualidade”, uma vez que nos parece óbvio que só o que tem qualidade é verdadeiramente literatura, cinema ou música. Por que deveria ser diferente com a televisão? Ademais, a adoção de uma expressão restritiva para designar uma certa modalidade de televisão poderia reforçar um equívoco já bastante disseminado, segundo o qual a televisão, “por natureza”, não tem qualidades; daí a necessidade de caracterizar a qualidade em televisão como um “acréscimo”, uma situação especial, uma espécie de desvio da norma. O objetivo não é criar um gueto de qualidade que possa existir isolado, no meio de um mar de mediocridade. Pelo contrário, o objetivo é fazer com que a idéia de qualidade possa contaminar tanto a produção quanto a recepção de televisão como um todo, a ponto do adjunto e da discriminação se tomarem desnecessários. Ademais, a expressão televisão de qualidade nem sempre é utilizada no mesmo sentido por todos. Para alguns, ela pode estar servindo apenas de rótulo para designar uma televisão meramente pedagógica, segundo o modelo das televisões estatais oficialmente encarregadas da educação infanto-juvenil, enquanto para as forças mais conservadoras, ela pode estar servindo também de bandeira para a defesa de valores moralistas na televisão. O público mais careta, por exemplo, que está constantemente reivindicando restrições à exploração de sexo, violência e palavrão na tela, também chama de “qualitativa” a televisão que eles querem: uma televisão asséptica, destilada dos problemas e desligada da vida real.

Isso não quer dizer que o conceito de qualidade não possa ser tomado como uma bússola para se fazer, entender e apreciar televisão. O importante é saber distinguir entre os diversos empregos dessa palavra e também não cair na cilada de explicá-la de forma ingênua ou apressada.

Alguém já definiu a liberdade da seguinte maneira: uma coisa difícil de explicar, quase impossível de conceitualizar, mas muito fácil de compreender o que significa, principalmente quando ela nos falta. Creio que se pode considerar da mesma maneira a qualidade em televisão.

Bibliografia Comentada:

Estudos mostram limite e potencial da televisão *

Esther Hamburger

Três livros publicados este ano expressam o esforço contemporâneo por entender o papel da televisão na produção de conhecimento. Editados na Inglaterra, um dos mais importantes centros de pesquisa sobre o assunto, estes livros marcaram a superação de concepções que limitavam papel da televisão ao de reproduzir ideologias.

Alguns dos mais importantes professores de comunicações se aventuraram a pensar processos concretos de criação para além da posição reducionista entre dominação ou resistência a conteúdos pressupostos, que tem marcado o pensamento sobre o assunto. Escritos no contexto de avaliação da avalanche de estudos de recepção que marcou os últimos quinze anos, e livres da necessidade de se posicionar contra ou a favor do meio televisivo, os autores mantêm uma postura crítica.

Informados pela demonstração empírica já bastante reprisada de que os conteúdos de programas televisivos não estão totalmente determinados no texto, mas estão sujeitos a uma certa diversidade de interpretação, alguns autores investigam essa diversidade.

“Television and Common Knowledge”, editado por Jostein Gripsrud, professor de estudos de mídia da Universidade de Bergen na Noruega, reúne textos novos de estudiosos de referência. John Ellis, por exemplo, expõe um modelo teórico em que pretende definir a TV como mecanismo de transformação de dados da realidade

em formas narrativas.

É como se a televisão trabalhasse um assunto à exaustão, uma exaustão que não é conclusiva. Trata-se de uma especulação contínua, mas não totalizante, de assuntos. O autor descreve esse processo nos diversos gêneros.

Autor de um conhecido estudo etnográfico de 1983 sobre a feitura de um documentário d BBC, Silverstone volta ao tema. Baseado em seu estudo anterior de inspiração estruturalista e com ênfase na análise do texto, e na crítica ao que caracteriza como relativismo exagerado dos estudos de recepção, o autor se propõe agora a focalizar a interação entre espectador e texto.

O ensaio de David Morley, autor conhecido por seus trabalhos sobre recepção de televisão em contextos familiares, discute a pouca relevância que a notícia televisiva tem na vida de telespectadores ingleses. O autor retoma a inquietação de pioneiros no estudo da mídia como Merton e Lazarsfeld sobre o que eles chamaram de “disfunções narcotizantes” do excesso de informações para analisar depoimentos de espectadores contemporâneos que demonstraram pouco interesse e baixo nível de compreensão do noticiário político. Contrastando essa falta de interesse pela notícia, Morley chama a atenção para a ambigüidade, a polissemia e a contradição do gênero.

“Uses of Television”, de John

* Texto originalmente publicado na *Folha de São Paulo*, Caderno Folha Ilustrada, p.4/6, 4/02/1999, e reproduzido pela Novos Olhares com autorização da *Folha de São Paulo* e da autora.

Esther Hamburger é professora junto à ECA/USP.



Hartley, diretor da Escola de Jornalismo, Mídia e Estudos Culturais da Universidade de Cardiff e autor, como John Fiske, de "Reading Television", trabalho que representou um dos primeiros esforços para compreender o papel da televisão na vida cotidiana dos telespectadores, recoloca, 20 anos depois, a mesma problemática. Hartley parte do que é uma constatação básica para se entender o papel da televisão: a idéia de que a sociedade de consumo, mediada por novas tecnologias de comunicação, a política e a educação pública se interpenetram.

"Critical Ideas in Television Studies" de John Comer, professor da Escola Política e Estudos de Comunicação da Universidade de Liverpool e um dos editores da revista "Media

Culture e Society", revisa as principais idéias sobre o papel da televisão em tomo da imagem, narrativa, recepção, prazer, conhecimento.

A publicação dos três livros indica uma certa efervescência na área. John Hartley aponta o acúmulo de estudos nos últimos 20 anos, o que indicaria a formação de um campo de "estudos de televisão". É possível notar o amadurecimento dos estudos sobre televisão, a sofisticação teórica crescente. A preocupação entre os três livros aponta uma direção promissora para a investigação dos limites e potencialidades da televisão. E que pode ajudar a entender os mistérios da produção do conhecimento e da cultura na sociedade de massas.

Bibliografia do Artigo

GRIPSRUD, Jostein. **Television and Common Knowledge**. Inglaterra, Editora Routledge, 1999.

HARTLEY, John. **Uses of Television**. Inglaterra, Editora Routledge, 1999.

CORNER, John. **Critical Ideas in Television Studies**. Inglaterra, Routledge, 1999.

Colaborações

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

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

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

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

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



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Jaques Marcovitch
Reitor

Adolpho Melphi
Vice-reitor

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Tupã Gomes Corrêa
Diretor

Waldenyr Caldas
Vice-diretor

DEPARTAMENTO DE CINEMA, RÁDIO E TV

Mauro Wilton de Sousa
Chefe do Departamento

Ismail Xavier
Chefe Suplente

**São Paulo
2000**



apoio:



realização:

