

Formação crítica para os meios: fronteiras e espaços de resistência

Maria Aparecida Ladeira da Cunha
Universidade Paulista

Resumo:

Diante dos impactos motivados por um contexto tecnológico centrado nas mudanças, as práticas de conexão na rede são alteradas em sua relação “indivíduo x espaço x tempo” nas formas de produção, difusão e consumo de informações. Este artigo tem foco na relação entre a teoria da Mídia e o Ciberespaço, por meio de análises das políticas públicas brasileiras de acesso e regulamentação. A premissa é que seja possível, por meio de compartilhamento de dados e da cultura da participação coletiva, sugerir novas possibilidades de utilização da rede, que resulte em uma formação mais crítica dos membros, em um processo de comunicação e educação para a mídia.

Palavras-chave: Comunicação; Cultura; Resistência; Ecologia da Comunicação

1. Introdução

Para Vicente Romano o processo de comunicação humana nos possibilita a conexão, a comunhão, a vinculação com os outros. Através da comunicação que são experimentadas as relações sociais, a vivência comum, os sentimentos de pertencimento a uma comunidade. Em seu livro *Ecología de la Comunicación*, Romano argumenta que “En esta vivencia de lo común, de la comunidad con el mundo propio (Mitwelt), es donde se da la función básica de la comunicación, según la tesis ecologista: la comunicación genera comunidad, communicatio crea communio”.

Para Norval Baitello Jr,

“A comunicação não é apenas ferramenta do homem, ou seu instrumento; a cultura não é apenas um entorno de cenografia ou um pano de fundo decorativo. Tanto os processos comunicativos quanto os processos culturais se desenvolvem como ambientes sociais e históricos complexos que não resistem a visões reducionistas ou simplificadoras”. (BAITELLO JR., 2005, p. 8).

Tendo tais conceitos como ponto de partida, esse artigo busca analisar a comunicação sob o ponto de vista do seu entorno, seu ambiente social, que necessita ser analisado de forma a contribuir para com o seu equilíbrio. É preciso avaliar a forma como se dá o processo de comunicação, de vinculação. Os meios vinculam ou desvinculam o homem do seu ambiente.

Comunicação e cultura constituem-se, desse modo, em esferas indissociáveis. Impossível

pensar a comunicação humana sem a vertente histórica dada pela cultura. (...) Se a comunicação é construção de vínculos, a cultura é o entorno e a trajetória complexa dos vínculos, suas raízes, suas histórias, seus sonhos e suas demências, seu lastro e sua leveza, sua determinação e sua indeterminação. (BAITELLO JR., 2005, p. 8).

A competência comunicativa compreende, essencialmente, a capacidade de perceber o entorno natural e social e expressar as necessidades próprias de interação com ambos. Devido aos crescentes avanços tecnológicos dos meios de comunicação, evidencia-se um fenômeno de descontextualização espaço x tempo da sociedade com o seu entorno.

“O tempo e o espaço não são apenas coordenadas da percepção, eles também determinam os processos sociais da comunicação. Daqui, a pertinência de averiguar como influem os meios de comunicação na constituição do tempo e do espaço e qual papel desempenha aqui as novas tecnologias da informação e da comunicação”. (ROMANO, 1998, p. 17)

Segundo Pelegrini (2012), a comunicação, vista como um ato de sincronização social tem como matéria-prima o tempo. A cultura, por sua vez nos permite criar as temporalidades. Ela é o ambiente onde criamos os tempos.

“Ao usarmos a mídia para sincronizar o nosso tempo com o da realidade, não fazemos mais do que sincronizarmos nosso tempo com o da mídia. Somos seres de temporalidade diferente da natureza, já que somos seres de cultura. Construimos o nosso tempo e construímos as máquinas que inventaram seu próprio tempo. Aqui, a expressão “tempo real” já não faz sentido para a humanidade, mas apenas para as máquinas, hoje capazes de operar com tempos infinitamente grandes (quando dos cálculos astronômicos) e infinitamente pequenos (quando dos processadores eletrônicos)”. (PELEGRINI, 2012)

A sincronização coletiviza o imaginário dos indivíduos, a generalização dos meios audiovisuais de difusão oferece a opinião de poucos sobre muitos. O papel da mídia é sincronizar, é o domínio do tempo, apropriação do biotempo, a ponto de modificar a percepção de mundo em proporções gigantescas.

O entorno comunicacional, necessita ser observado pelo viés da ecologia, da sustentabilidade, através da forma como se dá a comunicação, a vinculação. Nesse cenário é onde ocorre a troca do presente individual pelo presente coletivo: vivências, produção de sentidos, que possibilita a compreensão do passado, da história, e também estimula a sensibilidade. Vem à tona a importância de se discutir a democratização dos veículos midiáticos, frente ao seu poder desproporcional da perda de sentidos, que vem produzindo em grande escala na sociedade.

2. Ecologia da Comunicação

A pertinência em se estudar a comunicação a partir de uma perspectiva ecológica, defendida por Vicente Romano, está no desenvolvimento de uma teoria ecológica da comunicação aonde todos os aspectos, tanto os quantitativos quanto os qualitativos, e tudo o mais que venha a afetar a nossa qualidade de vida se tornam relevantes. A Ecologia da Comunicação proposta por Romano estabelece uma ponte entre a Teoria da Comunicação e a Ecologia Humana, num cenário onde os seres humanos se vêem obrigados cada vez mais a se adaptar a técnica e não mais a natureza, e as intervenções técnicas do ser humano não se limitam mais a biosfera. Elas também afetam a sociosfera e ao ambiente de comunicação, ou melhor, ao meio social humano.

Romano incentiva a reflexão da comunicação numa perspectiva ecológica, ressaltando as

características qualitativas da comunicação humana que afetem significativamente a qualidade de vida. Ele analisa as consequências sociais do desenvolvimento tecnológico, destacando os impactos destas transformações em curso na sociedade sobre a comunicação primária, aquela que se processa a partir dos sentidos humanos.

Assim, a proposta de uma ecologia da comunicação e da cultura ganha espaços nas pesquisas contemporâneas das ciências da comunicação, chamando a atenção para os desdobramentos e as consequências dos processos midiáticos e culturais em curso com impactos nos ambientes da sociabilidade e dos imaginários. Uma ecologia comunicacional estuda a ecologia dos sentidos, tão descartados nos ambientes tecnológicos e possibilita leituras críticas dos cenários possíveis a partir dos seus contextos midiáticos.

2.1. A Mídia e o Corpo

“A comunicação começa muito antes dos meios de comunicação de massa, muito antes da imprensa, do rádio, da televisão. Antes mesmo da invenção da escrita. A primeira mídia, a rigor, é o corpo – e por isso chamamos o corpo, portanto, de mídia primária”. (BAITELLO JR., 2005:31).

Para Harry Pross (1972, p. 127), toda a comunicação começa e termina no corpo. Segundo ele, “Toda comunicação humana começa na mídia primária, na qual os participantes individuais se encontram cara a cara e imediatamente presentes com seu corpo; toda comunicação humana retornará a este ponto”.

O corpo humano se comunica das mais diversas formas: a voz, o cheiro, os gestos, o gosto. Mas para que a comunicação primária aconteça, é preciso que estejamos no mesmo espaço e no mesmo tempo. A mídia primária requer proximidade para funcionar.

Ela exige o tempo e o espaço do aqui e do agora.

“Quando duas pessoas se encontram existe uma intensa troca de informações, e, portanto um intenso processo de comunicação por meio de inúmeros vínculos, inúmeros canais, inúmeras relações, conexões e linguagens. Quando dois corpos se encontram existe uma troca de informações visuais, olfativas, auditivas, táteis, gustativas dependendo do tipo de encontro”. (BAITELLO JR., 2005, p. 31).

Na mídia secundária, entre um corpo que emite um sinal e outro que recebe o sinal, existe um objeto, uma mídia, para transmitir a informação. Esse suporte pode ser de diversos tipos de materiais. A mídia secundária é constituída para Pross por

(...) aqueles meios de comunicação que transportam a mensagem ao receptor, sem que este necessite um aparato para captar seu significado, portanto são mídias secundárias a imagem, a escrita, o impresso, a gravura, a fotografia, também em seus desdobramentos enquanto carta, panfleto, livro, revista, jornal (...) (PROSS, 1972, p. 128).

Segundo Baitello Jr., há um evidente avanço na relação do homem consigo mesmo, trazido pela mídia secundária, uma evidente expansão das fronteiras do seu imaginário e, portanto, de sua cultura. A mídia primária é presencial, exige a permanência de emissores e receptores em um mesmo espaço físico e num mesmo tempo, é, portanto a mídia do tempo presente. A mídia secundária trouxe consigo a possibilidade de permanência e a sobrevivência simbólica após a presença do corpo. Em contrapartida, tem o limite de sua transportabilidade. O espaço ainda é um obstáculo. Para que a comunicação aconteça, é preciso enfrentar as dificuldades de transportar os suportes de informação.

Na mídia terciária, segundo Pross (1972, p. 226), “são aqueles meios de comunicação que não podem funcionar sem aparelhos tanto do lado do emissor quanto do lado do

receptor”. Podemos citar o telefone, o telégrafo, o cinema, o rádio, a televisão, e produtos como discos, fitas de vídeos, CDs, DVDs, etc.

Com o advento da era da eletricidade, desenvolvem-se sistemas de mediação mais sofisticados utilizando aparatos de emissão e captação das mensagens, desafiando as barreiras de espaço e tempo.

Dentre os pontos positivos trazidos por essa mídia, observa-se a redução (e em alguns casos até mesmo a anulação) do espaço e as facilidades no transporte físico da mensagem, graças aos sistemas de eletrificação, cabeamentos e redes. São inúmeras as possibilidades de geração, transmissão e conservação de mensagens. Em contrapartida, observa-se a aceleração do tempo e das sincronizações sociais como problemas graves gerados pelas mídias terciárias.

Outra questão a ser levada em conta é a possibilidade de reprodução ilimitada e distribuição irrestrita de imagens visuais ou acústicas. Segundo Baitello Jr. (2005), tal possibilidade “(...) têm levado a comunicação humana a uma hipertrofia da visão e da visibilidade”.

2.2. Colonização Midiática do tempo de vida

Segundo Pelegrini, “o estabelecimento da mídia terciária como principal sistema comunicativo do século XX indicou, de uma só vez, a definitiva quebra de barreiras espaço-temporais e o surgimento de uma importante ruptura no conceito de cotidiano”. O cotidiano passaria a ser regido por um sistema simbólico que se consolida na medida em que se transforma em sincronizador das sociedades ocidentais.

Pelegriini reafirma a importância que os veículos de comunicação de massa tiveram na alteração dos rumos de sociedades inteiras, contribuindo inclusive na alteração do mapa geopolítico da Europa na primeira metade do século passado. “Durante a primeira metade do século XX as inovações técnicas obrigaram as sociedades ocidentais a enfrentarem um processo de aceleração temporal e de diminuição do espaço”.

O jornalista e comunicólogo Dominik Klenk (1998), em seu trabalho sobre a Colonização Midiática do tempo de vida, afirma que,

“Nosso tempo de vida é humano, limitado e insubstituível. Ao lado do tempo do sono e do tempo laboral resta-nos ainda aquele que entendemos genericamente como tempo livre. Este é também o tempo que dedicamos a nossas relações pessoais, em que experimentamos, no encontro com outras pessoas, nosso ‘ser pessoa’ e podemos vivenciar o presente”. (KLENK, 1998, p. 59)

Em outros estudos sobre o consumo excessivo da mídia televisão, Clay Shirky, em seu livro “A cultura da participação”, traz estudos que apontam o consumo excessivo das mídias terciárias em resposta ao novo cenário do mundo industrializado. Segundo Shirky, depois da Segunda Guerra Mundial, o mundo industrializado passou a se defrontar com algo novo: o tempo livre.

“Essa mudança foi acompanhada por um arrefecimento dos usos tradicionais desse tempo livre como resultado da suburbanização – afastamentos das cidades e distanciamento dos vizinhos – e da periódica das pessoas em função dos empregos. O tempo livre cumulativo nos Estados Unidos pós-guerra começou a atingir bilhões de horas coletivas por ano, ao mesmo tempo em que piqueniques e times de boliche passavam a fazer parte do passado”. (SHIRKY, 2010, p. 10)

A explosão de nosso excedente tempo livre coincidiu com uma gradual redução do capital social. Dentre os principais efeitos negativos da televisão, está a redução da quantidade de contato humano, o que Jib Folwles chama de sub-rogação social. Segundo Folwles¹, ver televisão veio a tomar o lugar principalmente de (a) outras diversões, (b) socialização e (c) dormir. Segundo cálculos projetados por Shirky², alguém nascido em 1960 já viu algo em torno de 50 mil horas de televisão e pode ver outras 30 mil antes de morrer.

O conceito de “excedente cognitivo”, cunhado por Clay Shirky, mostra que cada um de nós tem grande quantidade de conhecimentos acumulados, que nos vem tanto de estudos como de experiência prática. Compartilhamos apenas uma pequena parte desse conhecimento acumulado, e utilizamos menos ainda o nosso potencial. Somando o capital cognitivo acumulado em bilhões de pessoas no mundo, temos aí uma fonte impressionante de riqueza parada ou subutilizada.

Segundo Shirky, “O direcionamento do nosso excedente cognitivo permite que as pessoas se comportem de forma cada vez mais generosa, pública e social”. Ele ainda destaca que a mudança não ocorre apenas em função do tempo livre, mas sim, em função das novas ferramentas, que viabilizam o processo de compartilhamento em escala global a baixos custos.

3. Comunicação alternativa em rede

Em seu ensaio, *Comunicação alternativa em rede e difusão contra-hegemônica*, Dênis de Moraes apresenta a proposta de se refletir sobre a emergência da comunicação

1

“*Why Viewers Watch*”.

2 Partindo de um número por volta de vinte horas por semana, alguém que já cresceu vendo televisão viu cerca de mil horas a cada ano de sua vida.

alternativa como meio de difusão contra-hegemônica, suas possibilidades e seus limites atuais. Segundo MORAES (2008, p. 39),

“Isto significa avaliar discursos e dinâmicas editoriais que, no âmbito da internet, procuram: 1) romper com crivos e controles da mídia convencional; 2) defender a cidadania, a democratização da vida coletiva e a liberdade de expressão e 3) opor-se ao pensamento único neoliberal, que subordina os direitos sociais à razão competitiva dos mercados financeiros, ocultando as profundas desigualdades geradas pelo modo de produção capitalista”.

O autor reafirma a importância das práticas comunicacionais contra-hegemônicas, que contestam o neoliberalismo³ e a ideologia mercantilista da globalização, ao mesmo tempo em que propõe e discute alternativas sociopolíticas humanizadoras. Para Moraes (2008, p. 39), “significa concentrar o olhar em práticas comunicacionais que se encontram na contramão da midiatização e do consumismo, os quais exaltam o exibicionismo e incutem o conformismo”.

A premissa de seu ensaio está na “Comunicação Alternativa em Rede” e sua busca em afirmar óticas interpretativas e desenvolvimento de práticas cooperativas sintonizadas com valores éticos.

Ele avalia os meios e as redes virtuais como *aparelhos privados de hegemonia*⁴, que funcionam como lugares de produção, com objetivos de construção de uma nova

3 O autor utiliza o conceito de neoliberalismo conforme Octavio Ianni, “O neoliberalismo compreende a liberação crescente e generalizada das atividades econômicas, compreendendo a produção, distribuição, troca e consumo. (...) O poder estatal é liberado de todo e qualquer empreendimento econômico ou social que possa interessar ao capital privado nacional e transnacional. Trata-se de criar o Estado mínimo, que apenas estabelece e fiscaliza as regras do jogo econômico, mas não joga (...). O que está em causa é a busca de maior e crescente produtividade, competitividade e lucratividade, tendo em conta mercados nacionais, regionais e mundiais. (IANNI, 2004, p. 313-314)

4 Sob a ótica de Gramsci, os aparelhos privados de hegemonia “atuam na sociedade como organismos coletivos de natureza voluntária, relativamente autônomos em face do Estado em sentido estrito e gerados pela moderna luta de classes” (COUTINHO, C. N. 2006, p. 34-37).

hegemonia, fundada na justiça social, partilha de bens e riquezas e na diversidade cultural.

Nesse contexto, a rede mundial de computadores, para Moraes (2008, p. 40), é vista como “mais um campo de lutas e conflitos pela hegemonia no interior da sociedade civil”. Podemos entender a sociedade civil como arena da luta de classes, atravessadas por conflitos e contrastes, e nela atuam os “aparelhos privados de hegemonia”, que buscam estabelecer o “consenso como condição indispensável à manutenção ou a reversão dos padrões de dominação”. (GRAMSCI, 1999-2002, v. 1 e 3).

A meta dos veículos alternativos é interferir nos embates contra-hegemônicos, forjando espaços de manifestação ideológica que se contraponha à lógica do capital. O conceito de hegemonia de Gramsci não se restringe apenas às formas de controle ideológico-cultural que exercem a dominação, mas engloba também

“Todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente”. (WILLIAMS, 1979, p. 113)

Dentre as características da rede, Scherer-Warren aponta três peculiaridades: temporalidade, espacialidade (do local ao global) e sociabilidade ou formas de relações sociais em termos de alcance, intencionalidade e conectividade com esferas públicas. Para Milton Santos (1994, p. 217-220), tais características se ajustam a um dos paradigmas do mundo atual, o da exigência de fluidez na circulação de ideias, mensagens, valores, produtos ou dinheiro. O novo sistema teconinformacional não é mais

pautado pela sincronia tradicional tempo-espço, e sim por meios de horizontes geográficos dispersos.

“A conectividade nas redes institui um tipo de sociabilidade à distância, que favorece, em distintas escalas e intensidades, contatos e reciprocidades entre sujeitos e atores coletivos cujas identidades vão se construindo num processo dialógico de identificações éticas e culturais, intercâmbios, negociações, resoluções de conflitos e de resistência aos movimentos de exclusão sistêmica na globalização.” (SCHERER-WARREN, 1998, p. 16-29)

4. Ilusões e perspectivas: as desiguais condições de acesso

'A universalização dos acessos depende, entre outras coisas, de políticas socioeconômicas inclusivas, do desenvolvimento de infraestruturas de rede, do barateamento de custos teleinformáticos e de formação educacional condizente. É essencial combater a infoexclusão de populações de baixa renda e clamar por políticas públicas que intensifiquem os usos sociais, culturais, educativos e políticos das tecnologias'. (MORAES, 2008, p. 56)

Ainda que imerso num contexto de acessibilidade sem precedentes, a comunicação e suas ferramentas são inerentes ao ambiente socioeconômico do indivíduo e, nesse sentido, observa-se que a participação efetiva do estado, como ente promotor de políticas sociais inclusivas, é fundamental para a disseminação cultural e popular do acesso à informação, em sua versão mais franca e imparcial de apresentação, com o objetivo de promover a capacidade do corpo social, através da comunidade, reescrever sua história e cultura.

“Há obstáculos e dilemas a superar – um dos principais é como revigorar ideologicamente as árduas batalhas por uma nova

hegemonia humanizadora. Mas a comunicação alternativa em rede com sentido contra-hegemônico tende a inserir-se, gradativamente, no rol de iniciativas que visam construir uma cultura de solidariedade social baseada numa ética de reciprocidades entre os sujeitos comunicantes”. (MORAES, 2008, p. 61)

Mesmo idealizado como modelo ideal de acesso a informação, qualquer projeto que vá ao encontro desses objetivos encontrará sólidos desafios, no que tange a existências de meios estabelecidos num processo hegemônico e que se sustenta em alicerces econômicos, mantendo sua soberania na formação da sociedade. Sendo assim, vale a análise de uma proposta de seguir os mesmos preceitos, entretanto provocando sutis percepções no, então, receptor da informação, para que possa ser o formador de sua própria opinião.

“A práxis virtual pauta-se por especificidades que a distinguem claramente dos meios convencionais, mas há uma relação de complementaridade com o real. (...) Trata-se de agregar aos meios tradicionais de difusão contra-hegemônica os espaços, recursos e ferramentas virtuais. Em síntese, aproveitar esse somatório de possibilidades de veiculação alternativas na longa e árdua ação política transformadora”. (MORAES, 2008, p. 62)

A comunicação alternativa ainda tende a sofrer resistências, uma vez que sua concorrência apela para a condução lúdica da informação, entretendo seu consumidor a ponto de induzi-lo à formação de conceitos pré-dispostos desde o início de todo o processo de propagação. Talvez essa linha de atração seja o caminho para que opções sejam propostas de forma a serem melhores aceitas pelo público que se espera atingir.

Como em revoluções prévias impulsionadas pela tecnologia, o que importa agora não são as novas capacidades que temos, mas como transformamos essas capacidades, tanto

técnicas quanto sociais, em oportunidades. A pergunta agora é “o que vamos fazer com essas oportunidades?” E a resposta está na cultura dos grupos que formamos e não na tecnologia em si.

Essas conexões não são fáceis de serem realizadas porque também nós, professores dos Cursos de Comunicação Social, estamos devidamente formados e equipados para o passado e não para um futuro que já se realiza no presente. Mas, afinal, já sabemos que “tudo o que é sólido se desmancha no ar”. Ao menos, isso já um bom começo...de muito trabalho, de refacções constantes de crenças que não se suportam mais como sistemas.

Referências Bibliográficas:

- BAITELLO JR.**, Norval. A era da Iconofagia. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- CASTELLS**, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.
- DOWNING**, John D. H. Mídia radical: rebeldia nas comunicações em movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002.
- MORAES**, Dênis de. Comunicação alternativa em rede e difusão contra-hegemônica. In COUTINHO, Eduardo Granja (org). Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- PELEGRINI**, Milton. O tempo como mídia da cultura. In Revista Ghrebh, v. 1, n. 05, 2004.
- _____. Tempo, Mídia e Tecnologia. Ed. Bluecom, 2008.
- PROSS**, Harry. (1989). La violència de los símbolos sociales. Barcelona: Antropos 1989.
- _____. Harry. Estructura simbólica del poder. Barcelona: Editorial Gustavo pili. 1980.
- ROMANO**, Vicente. Desarrollo y progresso- Por una ecologia de la comunicacion. Barcelona: Teideuropa América 1993.
- _____.Ecologia de la Comunicación. Hondarribia: Argilatexte Hiru, 2004.
- SANTOS**, Milton. Por uma outra globalização. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- _____. Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.
- SHIRKY**, Clay. A cultura da participação. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- SCHERER-WARREN**, Ilse. Cidadania sem fronteiras: ações coletiva na era da globalização. São Paulo: Hucitec, 1999.
- _____. Movimentos em cena... E as teorias por onde andam? Revista Brasileira de Educação, São Paulo: nº 9, 1998, p. 16-29.
- SCHIAVO**, Sueli Ferreira. Produção acadêmica e comunicação - as políticas públicas para divulgação científica. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Paulista, São Paulo. Disponível em: <<http://www.mediatel.com.br/mediatel/>>. Acesso em 10.06.2013.
- WILLIAMS**, Raymond. Marxismo e Literatura. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- Revista CISC 20 anos**: comunicação, cultura e mídia. S. J.Rio Preto, SP: Bluecom 2012.