

EDITORIAL

Comunicação significa partilhar uma dimensão comum. E o comum tem sido objeto de várias interpretações e análises, destacando o pensador italiano Antonio Negri que centra na defesa deste comum as possibilidades de construção de alternativas societárias. O comum seria uma dimensão espacial estabelecida como de usufruto de todos, distante, portanto, do apropriar-se intrínseca a ideia de propriedade (seja ela privada ou coletiva). Comum está, assim, imerso na ideia de fluxos, de um uso que tem como fulcro as atribuições de sentidos. Comum é, portanto, o espaço privilegiado da diversidade.

O que tem acontecido nos últimos tempos é o esvaziamento por completo deste comum partilhado pelos meios de comunicação. Se comum durante os períodos revolucionários da burguesia nos séculos XVIII e XIX significa a ideia da esfera pública para a plena manifestação da racionalidade do sujeito cidadão, daí o papel do jornalismo como o espaço de partilhar e ampliar esta partilha deste comum, qual a concepção desta dimensão em tempos neoliberais? O comum é o espaço do consumo, é a elevação do shopping center à categoria de referência ideal e ética. Estar imerso neste comum do consumismo significa afastar por completo qualquer vestígio de racionalidade crítica da sociedade e equalizar percepções fugidias baseadas meramente em impressões pontuais – como olhares à vitrinas de lojas de shoppings centers – a reflexões construídas conceitualmente. E desta forma as hierarquias históricas que constituíram o sistema-mundo no qual o

continente latino-americano é subalterno não só se mantém mas veste novas roupagens sedutoras.

Os artigos desta edição do Extra-Prensa apresentam reflexões diversas que buscam reconstruir o caminho do conhecimento e do pensamento crítico como forma de resistir a este processo que o polonês Zygmunt Bauman chama de “comoditização da vida”. Desde artigos que tratam de experiências de práticas alternativas de comunicação e as tecnologias de informação e comunicação (“A construção do sentido comunitário em uma rádio militante”, “A TV digital e as plataformas multidigitais no Chile”, “A participação da rede de combate ao trabalho escravo na mídia brasileira”, “Eleições e ciberativismo: o caso da campanha #votelgbt” e “O exercício da cidadania da ágora grega ao site da rede social digital”), a construção de novos protagonismos midiáticos e culturais (“As protagonistas femininas nos filmes da cineasta peruana Nora de Izcue” e “Feminismo Contemporâneo: como ativistas de São Paulo compreendem uma terceira onda do movimento no país”) e artigos que buscam apresentar referências críticas a projetos existentes (“Novas práticas culturais e políticas públicas: a Lei do Fomento e as Fábricas de Cultura”, “A estrela caiu: relações entre a publicidade, a cultura pop e a fama”, “Espetacularização e personalização da política na mídia: o impeachment de Dilma Rousseff”, “As “Jornadas de Junho” e a ressignificação da campanha “Vem pra rua”, “Contribuições de professoras paulistas no enfrentamento do racismo no contexto

escolar”, “A expansão do fotojornalismo”, “O pentecostalismo clássico brasileiro em vias de midiática”, “Movimentos sociais e democratização da comunicação no Brasil: desafios contemporâneos”).

Completa esta edição ainda uma resenha de obra importante que trata do racismo

no mundo empresarial e uma entrevista com diretor da biblioteca do Instituto Nacional do Cinema e Audiovisual da Argentina.

Em busca da construção de um conhecimento para a transformação e pela descolonização das nossas mentes (cf. Fanon), desejo a todas e todos uma boa leitura.

Prof. Dr. Dennis de Oliveira
Diretor da Revista Extraprensa