

ano 7 número 13 1º semestre de 2004

ISSN 1516-5981

revista de estudos sobre práticas de recepção
a produtos mediáticos



novos

olhares

Expediente

Novos Olhares

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

Ano VII - número 13-1º semestre de 2004

Angelo Pedro Piovesan Neto
Eduardo Peñuela Cañizal
Ismail Xavier
José Manuel Moran Costas
Maria Tereza Fraga Rocco
Mauro Wilton de Sousa
Sérgio Adorno

Conselho Editorial

Angelo Augusto Ravazi
Marcelo Henrique Leite
Mauro Wilton de Sousa
Secretaria Editorial

Angelo Augusto Ravazi
Mauro Wilton de Sousa
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.: 3091-4484
Fax: 3031-2752
E-mail: ohares@usp.br

Sumário

Uma Homenagem 3

Rádio: interatividade entre rosas e espinhos *Gisela Swetlana Ortriwano* 4

Tecnologias da desmaterialização *Guilherme Ranoya* 22

Entrevista: a TV que construímos *Esther Hamburger e Roberto Moreira* 36

Do consumo da identidade à identidade do consumo - o que fazer com a diferença *Ronaldo Mathias* 48

Bibliografia Comentada - A conexão planetária *Rovilson Robbi Brito* 57



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

Novos Olhares : revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos /
publicação do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos do
Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes [da]
Universidade de São Paulo. — Vol. 1, n. 13 (1. Semestre 2004)-. — 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

Uma Homenagem

O Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção Mediática da ECA-USP vem se dedicando à pesquisa no âmbito da recepção mediática há mais de dez anos. Entre suas publicações está a Revista *Novos Olhares*, em circulação desde 1998.

Neste presente número a Revista e o Grupo de Estudos prestam homenagem a um de seus membros fundadores, a Professora Doutora Gisela Swetlana Ortriwano, falecida em 19 de outubro de 2003, em São Paulo.

Professora e pesquisadora pioneira na área do rádio brasileiro, gerações de professores e profissionais tiveram sua contribuição marcada pela busca de caminhos de reflexão e de crítica sobre seu papel social. Quantas publicações, teses, conferências e debates testemunharam a qualidade deste seu percurso acadêmico.

Projetos iniciais do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção Mediática, bem como publicações tiveram a contribuição de sua presença sempre crítica e despojada.

O texto: **Rádio: interatividade entre rosas e espinhos**, de sua autoria, publicado no número 2 de 1998 da Revista e agora aqui novamente publicado em sua homenagem é bem um exemplo dessa sua contribuição preciosa ao estudo e à pesquisa sobre o rádio brasileiro.

Nossa homenagem agradecida à colega dedicada e à profissional acadêmica competente, na semelhança da simplicidade que era sua marca distintiva.



Rádio: interatividade entre rosas e espinhos*

(1) BRECHT, Bertolt. "Teoria de la radio (1927-1932)". In: BASSETS, Lluís (ed.). **De las ondas rojas a las radios libres**. Barcelona, Gustavo Gili, 1981, pp. 48-61.

(2) Em "O Jornalismo na Teoria do Rádio" fizemos uma primeira abordagem sobre o assunto. In: ORTRIWANO, Gisela Swetlana.

Os (des)caminhos do radiojornalismo. São Paulo, ECA/USP, 1990, tese (doutorado), pp. 08-33.

(3) BASSETS, Lluís. Op. Cit., pp. 48-49 (nota de rodapé).

(4) BRECHT, Bertolt. "Teoria de la Radio (1927-1932)". Op. cit., pp. 56-57 (grifos nossos).

Gisela Swetlana Ortriwano é

Professora Doutora junto ao Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA/USP. É autora, entre outras obras, do livro *A informação no rádio - os grupos de poder e a determinação de conteúdos*. Ed. Summus, São Paulo, 1993, 3ºed.

* Artigo originalmente publicado na Revista *Novos Olhares* n. 02, de 1998 e aqui integralmente reproduzido em homenagem a sua autora, co-fundadora do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção e da Revista *Novos Olhares*.

"Um homem que tenha algo a dizer e não encontre ouvintes, está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontrem quem tenha algo a dizer-lhes." - Bertolt Brecht

1. Em busca de um destino para o rádio

Bertolt Brecht (1898-1956), poeta e ensaísta alemão, não pode deixar de ser citado quando se pretende discutir rádio. Sob o título **Teoria do Rádio**¹ estão reunidos cinco textos dispersos, três dos quais divulgados na época em que foram escritos (entre 1927 e 1932), em publicações de pequena circulação. Os outros dois permaneceram inéditos, tendo sido os originais encontrados em cadernos manuscritos após a morte do autor.²

Impossível pretender discutir a *interatividade* no rádio sem considerar suas reflexões sobre o primeiro meio de comunicação eletrônico da história que, com o passar do tempo, tornam-se cada vez mais atuais. Para Lluís Bassets, "nestes escritos [Brecht] mostra-se como uma das mentes de maior clarividência de nosso século no terreno dos meios de comunicação".³ Brecht imagina o rádio com *dupla mão-de-direção*, alertando que a hoje denominada *interatividade* é um anseio antigo do ouvinte. A questão é tratada muito mais sob a ótica da política, da organização democrática da sociedade e do relacionamento entre cidadãos, do que sobre a exclusividade de uma ou outra tecnologia de informação. Os textos contrariam uma visão desenvolvimentista e lembram que o

rádio, antes de ser um meio de comunicação de massa, era um *meio interativo de comunicação*, que se viu limitado em sua capacidade bidirecional à medida em que se constituía o sistema econômico de sua exploração. E poderia ser um excelente meio de entretenimento, dando suporte a diferentes manifestações culturais.

Muitas das potencialidades antevistas - ou sonhadas - por Brecht só agora, incorporando os novos recursos tecnológicos, começam a ser exploradas. "O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse capaz, não apenas de *emitir*, mas também de *receber*. O ouvinte não deveria apenas *ouvir*, mas também *falar*: Não isolar-se, mas ficar em comunicação com o rádio. A radiodifusão deveria afastar-se das fontes oficiais de abastecimento e transformar os ouvintes nos grandes abastecedores."⁴

A preocupação de Brecht com as *duas mãos-de-direção* possíveis ao rádio é explícita em seus escritos. Mas até hoje, a *interatividade* continua controlada: a participação do ouvinte é limitada a pequenas intervenções, seja por telefone, seja ao vivo. Se o gênero é o jornalismo, predominam as reclamações quanto aos serviços em geral, o testemunho sobre algum acontecimen-

to, via telefone, fax, cartas, ou envelope/povo-fala conduzido por um repórter; emitir opiniões, a partir de somente respondendo a perguntas específicas, com respostas curtas e, pretensamente, objetivas. Se nos programas dos chamados *comunicadores*, a participação inclui responder à perguntas, geralmente envolvendo prêmios, pedidos e oferecimentos de músicas - os célebres *a pedidos*, depoimentos sobre as mazelas do dia-a-dia, explorando ao máximo a emocionalidade de cada situação como as dramatizações de cartas, de casos programas policiais etc. Com a introdução das tecnologias baseadas na informática, novas possibilidades de interação surgiram, como o correio eletrônico, o *e-mail*. Da mesma forma, o controle é sempre do *emissor*, nunca do *receptor*.

“Quando formulou sua teoria, Bertolt Brecht identificava um rádio que, a par das naturais deficiências técnicas, só não se completava artística, social e politicamente devido à limitação do elemento humano envolvido no processo. Se vivesse na atualidade, além de ver confirmados muitos de seus prognósticos e atendidas muitas de suas recomendações, ele iria constatar que acertara, também, ao condicionar o uso eficiente do rádio à visão de seus dirigentes. Diante da atual parafernália técnica, a cada dia enriquecida com novos e mais eficientes recursos, ele certamente iria sentenciar que tudo isso é inútil se não existir uma conexão *ouvinte/rádio* tão efetiva quanto a já existente *rádio/ouvinte*.”⁵ Mario Fanucchi completa seu pensamento afirmando que para Brecht, o papel do rádio é o de estar em perfeita sintonia com as aspirações da sociedade, *transmitindo/recebendo* informações de todos os tipos.

Na prática, o ouvinte, como *fonte direta de (re)alimentação* do sistema só participa na medida em que atende aos interesses do próprio sistema, nunca para questioná-lo. Por outro lado,

como *fonte indireta*, as expectativas do público-alvo são levadas em consideração não apenas com o objetivo de manter a fidelidade da audiência já conquistada, mas também com o intuito de ampliá-la.

No sistema de exploração comercial da radiodifusão soa ingênua e até utópica a proposta de que toda e qualquer pessoa possa vir a produzir os programas que venha a ouvir. Esta é uma questão que continua extremamente atual e, em diferentes momentos da história, o assunto tem voltado à tona. No início, pelas emissoras operárias, como veremos a seguir. Em outros momentos, através das experiências de emissoras *piratas* que reivindicam seu direito ao mercado radiofônico; ou então, são as *rádios livres*, sob diferentes bandeiras, buscando espaços para as chamadas *minorias*. Ou as rádios populares, as rádios cornetas. E, atualmente, a questão é discutida sob a ótica da *democratização dos meios de comunicação* e dos chamados *movimentos populares*, engajados na luta pela plena utilização das *rádios comunitárias*. Não podemos esquecer outra faceta: as *emissoras virtuais* que conquistam seu espaço na Internet.

Em todo o mundo, não apenas a proliferação de emissoras de rádio tradicionais de pequeno alcance e objetivos específicos, como também as virtuais, soam como promessas do amplo e irrestrito acesso à informação nesta virada de milênio. Se, por um lado, muitas comunidades já têm sua própria comunicação radiofônica estabelecida, de fato, há anos, com a regulamentação das rádios comunitárias inicia-se uma nova fase que exige uma redefinição para todo o meio radiofônico uma vez que características que pareciam intrínsecas à exploração da radiodifusão estão mudando. Para citar apenas um dos muitos exemplos, a Rádio Favela FM de Belo Horizonte opera, sem concessão, desde 1981, tendo sido

(5) FANUCCHI, Mario. "O rádio de Brecht setenta anos depois". In: **Revista USP**, São Paulo, nº 34, junho/agosto 1997, p. 131 (grifos do autor).



Dedicando-se a prestar serviços para a comunidade, já recebeu vários prêmios internacionais.⁶

Mas nem tudo são flores. Desde suas primeiras experiências de transmissão pública, a utilização do rádio como meio de comunicação suscitou divergências. Sem o domínio pleno das potencialidades do novo meio, várias correntes de pensamento buscavam espaço para implantar suas idéias. O rádio foi, inclusive, considerado por alguns como um perigoso agente de padronização, “o mais poderoso que o mundo já conheceu”. “Nas décadas de 1920 e 1930, quando o rádio era ainda uma novidade, foram alegadas pretensões exageradas - especialmente na Alemanha, América do Norte e Inglaterra - no que diz respeito a seu poder para influenciar a mente humana.”⁷ As divergências - como os espinhos - continuam a existir: o rádio consegue cumprir as duas mãos-de-direção de sua potencialidade interativa?

2. Crise conjuntural I: as rádios operárias

Para poder avaliar as idéias pregadas por Brecht sobre o rádio, é preciso conhecer alguns fatos que formavam o quadro alemão da época em que a radiodifusão engatinhava, em uma Europa politicamente conturbada. “A história do rádio alemão começa com a revolução de 1918-1919. Ainda que fossem necessários mais cinco anos até o estabelecimento de uma ‘radiodifusão pública de entretenimento’ na Alemanha, a história do rádio teve seu momento culminante em 1918-1919 se considerarmos sua função social e tudo aquilo que os envolvidos queriam e podiam fazer com ele.”⁸

A República de Weimar instalou-se após a queda do Império, a 9 de novembro de 1919. Formada por uma coalizão social-centro-democrata, estava apoiada por uma constituição progressista que estabelecia o sufrágio universal, representação proporcional,

sistema parlamentar, defesa das liberdades básicas e direito a trabalho, educação e assistência social. Mas esse governo, num país sem tradições democráticas, era ameaçado pelo caos deixado pela I Guerra e pelas pressões do extremismo reacionário. A crise sócio-econômica fazia parte desse quadro (hiperinflação, desemprego etc.). A 30 de janeiro de 1933, Adolf Hitler foi nomeado chanceler da Alemanha. Imediatamente dissolveu o parlamento, convocou novas eleições e criou o III Reich, abolindo o Estado federativo. Em agosto de 1934 Hitler suprimiu o cargo de presidente e deu a si mesmo o título *Führer und Reichskanzler* (líder e chanceler do Reich).

Segundo Marcondes Filho, “a miséria da República de Weimar não era somente de caráter conjuntural, com desemprego, inflação, destruição, guerra, mas também e com grande importância de caráter estrutural, com a grande massa de despossuídos se amargurando pela perda da segurança econômica e social do passado”.⁹ Ele considera que “o desenvolvimento do rádio, ligado às lutas sociais, já se havia iniciado, entretanto, junto com o próprio surgir da República. Na Revolta dos Marinheiros em Kiel (1918), estes usaram o rádio em sua luta, fato que pode ser considerado como o marco do início do ‘Movimento do Rádio Operário’ na Alemanha”.¹⁰

Nos anos 20 e 30 o rádio era ainda uma novidade fascinante para muitos e a possibilidade dos aparelhos receptores - e até transmissores - poderem ser montados pelos próprios ouvintes em muito contribuiu para que o novo meio ganhasse impulso em seu desenvolvimento. “Esse tipo de entretenimento não somente permitia ao trabalhador exercer uma atividade criativa e compensadora para as horas de lazer, ou seja, que lhe proporcionava prazer e possibilidade de desenvolver-se pessoalmente, bem como lhe possibilitava, pelo simples fato de

(6) WAINER, João. “Rádio Favela FM sai dos barracos para o mundo”.

In: *Folha de São Paulo/Ilustrada*, 23.07.1998, p. 1.

(7) HALE, Julian. *La radio como arma política*. Barcelona, Gustavo Gili, 1979, p. 11.

(8) DAHL, Peter. “Detrás de tu aparato de radio está el enemigo de clase”. In: BASSETS, Lluís. *Op. cit.*, p. 19.

(9) MARCONDES FILHO, Oro. *O discurso sufocado*. São Paulo, Loyola, 1982, p. 26.

(10) *Ibid.*, p. 29.

construir um aparelho de comunicação, ampliar consideravelmente seu interesse pelos assuntos da vida coletiva. A construção de um aparelho de rádio e o prazer de vê-lo em funcionamento, de receber mensagens, produzia nos construtores amadores um sentido de integração na vida coletiva, possibilidade de interferir nela e, em última instância, de atuar politicamente.”¹¹

Hale considera que “no movimento de rádios operárias da época de Weimar, o rádio não organizou seus ouvintes: estes organizaram a si próprios”. E completa dizendo que “no início, para os membros dos radioclubes operários tratava-se, antes de mais nada, de poder ouvir os novos sons”.¹² Os trabalhadores trocavam entre si esquemas técnicos de montagem (publicados em revistas especializadas que começaram a circular já no início dos anos 20), peças de reposição e desfrutavam em grupo os aparelhos que construíam. A preocupação básica era poder ouvir o novo meio uma vez que o preço do receptor era elevado: construí-lo era uma forma de satisfazer a esta aspiração. A partir deste envolvimento inicial, foram sendo criadas condições para uma participação explicitamente política. Com os aparelhos que montavam, era possível ouvir inclusive programas do exterior, principalmente as emissões operárias da União Soviética.

A expansão desse *aparelho de aproximação das massas* não foi livre nem fácil. Para barrar seu avanço, foram criados instrumentos legais que reduzissem o efeito multiplicador - em termos políticos - dessas experiências de comunicação. Em 1924 é baixado um decreto-lei contra os ouvintes clandestinos. Os aparelhos de uso domiciliar foram obrigados a ter licença e o governo passou a usar os chamados *interceptores de onda* para interferir e prejudicar a recepção das emissões não-oficiais. Essas medidas, ainda de acordo com Marcondes Filho “não acabaram com o espírito de participação no

processo comunicativo, ainda que reduzissem bastante o desenvolvimento da construção amadora de rádios. Em 1926, o ARK (‘Clube do Rádio Operário’), fundado em 1924 para o desenvolvimento da radiodifusão proletária, criou em toda a República comunidades de ouvintes; através delas ouviam-se e discutiam-se em conjunto as emissões de rádio - p. ex., nas ‘Noites Populares’ trabalhava-se principalmente com textos de escritores políticos engajados e na ‘Hora do Rádio Operário’ com emissões de direita da rádio Deutsche Welle - e remetiam-se as críticas às emissoras”.¹³

As rádios oficiais apresentavam programas considerados reacionários, distanciados das discussões políticas e sociais da época. O controle político das emissoras era geralmente exercido diretamente. Houve épocas em que as estações eram obrigadas a ter a presença de censores para controlar o conteúdo dos programas que seriam apresentados. Mas até 1928, a radiodifusão alemã declarava-se *neutra*. Após esta data surgem as investidas ostensivas para a politização do rádio ao mesmo tempo em que a organização dos ouvintes era cada vez mais intensificada.

“O programa de trabalho de agitação da ‘Associação Livre de Rádio Alemão’, juntamente com o acirramento das tensões sociais do período, com mobilizações políticas em tomo de todos os principais partidos, por exemplo, lutava por isso procurando organizar os radiouvintes e desencadear ações de massa contra o programa de rádio dominante. Ele organizava as ‘Noites de Audiência’, instalando alto-falantes e aparelhos de rádio em locais públicos, para que a massa pudesse ouvir e discutir (nas ‘comunidades de audiência’) os noticiosos das rádios oficiais. Nesses grupos havia setores específicos para mulheres, crianças e escolares.”¹⁴ A partir de 1930, “lentamente o rádio oficial ia se tomando porta-voz do governo e perdia toda a aparência de

(11) *Ibid.*, p. 29.

(12) HALE, Julian. *Op. cit.*, pp. 28-29.

(13) MARCONDES FILHO, Ciro. *Op. cit.*, p. 30.

(14) *Ibid.*, p. 39.



imparcialidade que o caracterizava nos anos anteriores. Os nazistas produziam cada vez mais programas...”.¹⁵ Nos últimos anos da República de Weimar houve um crescente combate à politização da cultura operária: a propaganda nazista passa a ganhar volume e terreno.

“Em 1932, a organização nazista do rádio foi subordinada a Goebbels. Este fato é significativo se considerarmos que um censo da época mostrava um dado de suma importância para os interesses do Reich. O número de receptores de rádio chegava a 5 milhões, o que pressupunha uma audiência potencial de 15 milhões de pessoas. A elas chegavam as mensagens que o governo difundia, com seu próprio estilo e estratégia.”¹⁶ Hitler já havia escrito sobre o rádio, nos anos 20, em seu livro *Minha Luta*: “É uma arma terrível em mãos que saibam usá-la.”¹⁷ Hale considera que os nazistas foram os primeiros que perceberam e desenvolveram o uso do rádio como meio de propaganda ideológica.

Mas o rádio, apesar de seus poderes peculiares, foi apenas um dos instrumentos no arsenal da propaganda nazista. “Foi parte de uma rede firmemente interligada, organizada e coordenada pelo *Propagandaministerium*. As técnicas e os meios utilizados pelo Partido Nazista com tanto êxito para chegar ao poder na Alemanha foram, depois de 1933, ajustados a todo o aparato coercitivo do Estado.”¹⁸ E Hale continua: “Dentro da Alemanha, todos os meios falavam uma só voz, eram colocados obstáculos no caminho das fontes exteriores de informação e, conhecendo profundamente o público, os propagandistas puderam adaptar seus instrumentos psicológicos para ajustar-se aos medos, às esperanças e aos preconceitos do público. A própria natureza da propaganda alemã exigia que fosse monopolista e unitária.”¹⁹ Além da utilização intensiva de todos os meios de comunicação disponíveis,

a ação militar bem sucedida era fundamental para que o público fosse cativado. Mesmo a célebre *Blitzkrieg* radiofônica era uma técnica eficiente somente quando utilizada para reforçar a ação militar paralela.

Na época em que Brecht escreveu os textos da **Teoria do Rádio**, a Alemanha vivia um período peculiar. Durante a República de Weimar “pairava no ar a presença de uma violenta transformação social. Vivia-se numa fase da história desta formação social específica, em que a classe dominante havia perdido as rédeas do controle social, mas ainda não havia surgido uma classe (o proletariado) para assumi-lo”.²⁰

3. Arma de transformação social

As críticas de Brecht ao meio radiofônico merecem ser analisadas à luz dos novos rumos que a tecnologia tem propiciado. “Em uma época de grande privação econômica e moral, o rádio foi saudado como um milagre liberador e considerado como um fator de cultura cujas repercussões na vida cultural, política e econômica não puderam ser suficientemente avaliadas.”²¹

Uma das críticas mais veementes que Brecht fazia ao rádio, já em 1927, continua válida: o rádio ainda é, basicamente, um meio de distribuição de mensagens, não um meio de comunicação. Brecht, em suas propostas, fortalecia sempre a idéia de que o funcionamento do rádio, para ser positivo, deveria ser mudado: “É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação.”²² E ressaltava que sua função não se esgota em apenas transmitir informações sobre os acontecimentos. É necessário que o rádio promova, efetivamente, o *intercâmbio* entre a *fonte* e o *destinatário* para que o processo de dupla mão-de-direção se efetive. Mesmo o *diálogo mental*, indispensável para que o ouvinte reaja à mensagem, muitas

(15) *Ibid.*, p. 41.

(16) GARCIA CAMARGO, Jimmy.

La radio por dentro e por fuera. Quito, Ciespal, 1980, p. 20.

(17) In: HALE, Julian. *Op. cit.*, p. 23.

(18) *Ibid.*, p. 24.

(19) *Ibid.*, p. 25.

(20) MARCONDES FILHO, Ciro. *Op. cit.*, p. 44.

(21) Trecho do Arquivo da **Deutsches Rundfunk DRA C 736**, citado por DAHL, Peter. *Op. cit.*, p. 26.

(22) BRECHT, Bertolt. *Op. cit.*, p. 56.

vezes não acontece: o emissor se preocupa em tomar todo o espaço não permitindo que o ouvinte possa participar do processo comunicativo.

Algumas vezes, Brecht é categórico: “Em minha opinião, vocês deveriam fazer do rádio um meio verdadeiramente democrático. Com isto, obteriam de imediato toda uma série de resultados se, por exemplo, dispendo (como dispõem) de maravilhosos aparelhos de difusão, deixassem de simplesmente produzir sem cessar e passassem a tornar produtivos os acontecimentos *atuais* mediante sua simples exposição e, em casos especiais, utilizando-se de uma direção hábil e que economize tempo.” E vai ainda mais longe em suas recomendações: “Opino que vocês deveriam aproximar-se mais dos acontecimentos reais com os aparelhos e não limitar-se somente à reprodução ou informação.”²³

Nas declarações de Brecht fica claramente exposta não apenas sua posição quanto às possibilidades do rádio interativo, como meio de comunicação com duas mãos-de-direção mas, acima de tudo, a potencialidade do rádio como meio jornalístico, sem deixar de considerar também os outros gêneros de programas como musicais, radioteatro etc.

“Além disso, vocês podem preparar para o microfone, em lugar de resenhas mortas, entrevistas reais em que os entrevistados tenham menos oportunidade de inventar mentiras elaboradas, como podem fazer quando se trata de uma entrevista para os jornais.”²⁴ Aqui, não podemos deixar de pensar que, com as novas tecnologias, o jornalismo digital, *on line*, pode, além de apresentar o texto de matérias feitas a partir de entrevistas com as fontes, disponibilizar as próprias entrevistas na íntegra, propiciando ao leitor/ouvinte não apenas conhecer as idéias e informações que o entrevistado tem para apresentar, editadas para publicação por critérios próprios a cada veículo. É a

oportunidade para que o leitor/ouvinte conheça muito mais, não apenas *o quê*, mas *o como* foi dito.

Mais do que reconhecer no rádio sua potencialidade jornalística, Brecht clama pela presença de um *jornalismo de natureza substantiva*, cumprindo na íntegra uma das características básicas da mensagem radiofônica: o imediatismo.²⁵ Quando Brecht afirma que o rádio não deve limitar-se à reprodução ou simples informação do acontecimento, ele está colocando-se frontalmente em oposição ao *jornalismo de natureza adjetiva*. Os conceitos de jornalismo de natureza substantiva ou adjetiva envolvem a presença ou não do *palco da ação*, ou seja, se a emissão é direta - ou não - do local do acontecimento.

O *jornalismo de natureza substantiva* pressupõe a transmissão ao vivo, a *emissão direta*, feita simultaneamente ao acontecimento. O emissor - no caso, o jornalista responsável pela transmissão -, elabora a mensagem conforme o desenrolar dos acontecimentos e o receptor - o ouvinte - recebe a informação imediatamente, sem defasagem de tempo maior do que a necessária para essa elaboração verbal da mensagem que está, inclusive, sujeita à emocionalidade do palco da ação.

Ao contrário, em seu grau máximo de natureza adjetiva o jornalismo pode chegar a níveis extremos, muito bem representados na frase do jornalista Walter Sampaio: “Notícias mortas, irias, geladas, que são autopsiadas pela *gillette-press*”. A *emissão é sempre indireta*, ou seja, existe uma defasagem de tempo entre o acontecimento e sua transmissão. O fato pode ser transformado em texto ou, se existe gravação, esta é editada. Acima de tudo, no jornalismo de natureza adjetiva existe um controle muito maior - poderíamos quase dizer total - do emissor sobre o conteúdo da mensagem. É significativo que nos regimes totalitários - ou em momentos de forte

(23) “Sugestões aos diretores artísticos do rádio ‘foi publicado, originalmente, em 25 de dezembro de 1927 no **Berliner Börsen-Courier** sob o título ‘Podem os programas radiofônicos ser mais autênticos e mais atuais?’; na matéria, o jornal colhia as opiniões do diretor artístico da **Radiodifusão Berlinense**, Carl Hagemann e as sugestões de Brecht. *Ibid.*, p. 50-51 (grifos do autor).

(24) *Ibid.*, p. 51.

(25) Os conceitos do jornalismo de natureza substantiva e de natureza adjetiva são desenvolvidos por Walter SAMPAIO no livro **Jornalismo Audiovisual - teoria e prática do jornalismo no rádio, TV e cinema**. Petrópolis, Vozes, 1971, p. 72. O autor apresenta os conceitos para o jornalismo televisionado, mas eles podem facilmente ser transpostos para o jornalismo radiofônico.



censura às transmissões ao vivo, quando existem, limitam-se a reproduzir os acontecimentos oficiais e a ouvir as vozes oficiais. Todo o restante é abordado sob o ponto de vista do jornalismo de natureza adjetiva.

No caso brasileiro, esta relação fica bastante evidente. A partir de meados dos anos 60 e durante quase toda a década de 70, o jornalismo radiofônico (assim como o televisivo) foi reduzido a sua essência puramente adjetiva: textos redigidos e entrevistas editadas, sempre extremamente curtas (difícilmente eram mantidas as perguntas feitas pelos repórteres), limitando-se à informação sobre algum fato, nunca permitindo a exposição de juízos de valor, a sustentação de opiniões, a discussão de idéias (o que requer um tempo mais longo uma vez que é necessário apresentar os argumentos para que a opinião expressa conquiste adeptos). Os programas de entrevistas e debates (que Brecht também já sugeria) praticamente desapareceram - com exceção dos esportivos; os jornalistas não precisaram mais falar de improviso. Como consequência, repórteres, entrevistadores, moderadores de debates, comentaristas etc. quase deixaram de existir no rádio-jornalismo e, até hoje, continuam persistindo os efeitos negativos: toda uma geração de jornalistas não pôde exercer suas funções de acordo com os requisitos exigidos pelas próprias características do meio radiofônico. Com o processo de abertura política foi necessário dar voz não apenas aos ouvintes, os receptores das mensagens: foi necessário, antes de mais nada, que os profissionais da comunicação, os emissores, recuperassem seu direito a ter voz sem censura oficial e, situação paradoxalmente mais complexa, aprendessem a ter voz sem autocensura. E para que todos tenham domínio sobre o direito de ter voz é necessário, antes, resgatar a própria cidadania, com seus direitos e deveres.

Brecht também já percebia - e se preocupava - com o controle do Estado sobre a radiodifusão. E reconhecia que, para explorar plenamente as potencialidades do rádio como meio de comunicação, muitas barreiras surgiriam: "...Haverá, seguramente, uma série de leis que tentarão impedi-lo. Será necessário dirigir-se à opinião pública para suprimir essas leis."²⁶ Esta previsão concretizou-se e persiste em todos os tipos de mensagens, principalmente nas jornalísticas. Por outro lado, Brecht não levou em consideração que com a grande proliferação de emissoras, alguma forma de regulamentação precisaria existir para que as transmissões não sofressem interferências de tal ordem que tomassem impossível receber as mensagens. Mas a regulamentação técnica não poderia ter a força de controlar os conteúdos. Esta discussão é muito atual com relação à Internet, espaço que tem muitos defensores da liberdade total; contudo, crescem cada vez mais os clamores de vários setores da sociedade pela regulamentação, pelo controle efetivo dos conteúdos que essa própria tecnologia permite.

O caráter comercial que o rádio tomaria, transformando-se em um grande negócio, também foi antevisto por Brecht. No final de "Sugestões aos diretores artísticos do rádio", ressalta: "E, para concluir, é requisito indispensável que vocês prestem contas, publicamente, das fabulosas somas que o rádio arrecada e expliquem a aplicação desse dinheiro público até o último centavo."²⁷

Em qualquer dos sistemas de exploração da radiodifusão, o dinheiro empregado em sua manutenção é sempre público. Se a emissora é explorada comercialmente, na chamada livre iniciativa, as verbas para a manutenção da radiodifusão são oriundas da veiculação de anúncios publicitários: o custo recai sobre os produtos ou serviços anunciados e,

(26) BRECHT, Bertolt. *Op. cit.*, p. 51.

(27) *Ibid.*, p. 52.

conseqüentemente, sobre o consumidor destes produtos ou serviços. Se a emissora é estatal, seja no sistema pluralista (no qual convivem emissoras comerciais e estatais), seja no sistema monopolista (o Estado detém o monopólio, explorando a radiodifusão diretamente), as verbas são originadas nos tributos pagos pelo cidadão ao Estado (em alguns países vigora o pagamento de licenças para que se possa ter um receptor). Vale ressaltar que, no caso da exploração comercial, muitas vezes o cidadão paga duplamente para a manutenção dos meios de comunicação, uma vez que o Estado é um dos maiores anunciantes. Portanto, se é o próprio ouvinte quem subsidia os meios de comunicação, é um direito básico deste ouvinte cobrar das empresas de radiodifusão um retomo condizente.

Para Brecht, o rádio deveria sempre empenhar-se em assumir sua importância social, que vai muito além de simples meio de lazer, de entretenimento, sem maiores conseqüências. O rádio precisa estar estreitamente ligado à realidade, mas não de forma meramente decorativa. Ao contrário, influenciando e modificando essa realidade. “Todas as nossas instituições ideológicas acreditam que sua missão principal seja manter intranscendente o papel das ideologias, de acordo com um conceito de cultura segundo o qual sua configuração já está terminada e a cultura não tem necessidade de nenhum esforço criador continuado.”²⁸

Quando surge uma inovação técnica com tantas utilidades, para distintas funções sociais como o rádio, ocorre, segundo Brecht, “um esforço angustiante para manter-se intranscendentemente em passatempos que, quanto mais inofensivos forem, melhor”. Como resultado, não haverá um vínculo criativo entre emissor e receptor, uma mútua realimentação, um processo efetivo de comunicação. E de interatividade. “Então, não é possível

conter a pergunta se não existe nenhuma possibilidade de evitar o poder da desconexão mediante a organização dos desconectados. (...) O público não deve apenas ser instruído, mas instruir também.”²⁹

4. Da teoria para a prática

Se, por um lado, concordamos com a validade e a lucidez de muitas das propostas e críticas que Brecht fez ao rádio, inclusive quanto à pertinência da terminologia empregada, por outro, precisamos levar em consideração o momento, o estágio, a evolução da sociedade e da tecnologia nestes anos que separam as reflexões que compõem a **Teoria do Rádio** de nossos dias. Alguns momentos foram históricos e essenciais neste percurso. E nem sempre devidos à evolução da tecnologia: muitas vezes, a compreensão da linguagem do meio radiofônico, o primeiro dos *media* eletrônicos, criou marcos divisores reconhecidos e respeitados até hoje.

No especial do **Radioteatro Mercury** da véspera do Dia das Bruxas de 1938 - denominado **Mercury's Halloween Show** -, através dos sons, foi representada uma invasão de marcianos do ponto de vista de uma cobertura jornalística. Todas as características do radiojornalismo usadas na época - às quais os ouvintes estavam habituados e nas quais acreditavam - se faziam presentes: reportagens externas, entrevistas com testemunhas que estariam vivenciando o acontecimento, opiniões de especialistas e autoridades, efeitos sonoros, sons ambientes, gritos, a emotividade dos envolvidos, inclusive dos pretensos repórteres e comentaristas, davam a impressão de um fato real, que estava indo ao ar em edição extraordinária, interrompendo outro programa, o radioteatro previsto.³⁰ Na realidade tratava-se do 17º programa da série semanal de adaptações radiofônicas realizadas pelo então jovem ator e diretor Orson Welles e o Radioteatro Mercury que explorava as técnicas

(28) *Ibid.*, p. 57.

(29) *Ibid.*, p. 58.

(30) SIMON, William G. "The Man and the Myth". In: **New York University Magazine**, Inverno 1987, p. 22.



jornalísticas com a ambientação sonora requerida. Mais que isso: havia compreendido, na prática, que mesmo o gênero jornalístico não dispensa o respeito absoluto à linguagem radiofônica.³¹ “O impacto foi tal que mesmo Orson Welles se surpreendeu quando milhares de pessoas saíram às ruas, angustiadas e em pânico; algumas, desejosas de testemunhar um fato que, acreditando verdadeiro, lhes parecia significativo e histórico.”³²

A CBS calculou na época que o programa foi ouvido por cerca de seis milhões de pessoas, das quais metade passou a sintonizá-lo quando já havia começado, perdendo a introdução que informava tratar-se do radioteatro semanal. Pelo menos 1,2 milhão tomaram a dramatização como fato verídico, acreditando que estavam mesmo acompanhando uma reportagem extraordinária. E, desses, meio milhão tiveram certeza de que o perigo era iminente, entrando em pânico e agindo de modo a confirmar os fatos que estavam sendo narrados: sobrecarga de linhas telefônicas interrompendo realmente as comunicações, aglomerações nas ruas, congestionamentos etc.

“Obviamente, desde aquela noite do final de outubro de 1938 até nossos dias, novas problemáticas foram se incorporando ao complexo campo das Ciências da Comunicação em geral e da radiodifusão em particular. No entanto, de tempos em tempos, os marcianos imaginados por Welles se materializam em patéticas silhuetas de carne, ossos e metal. E, então, o pânico ou a indiferença atravessam a história através de um atento, impassível receptor de rádio.”³³

O episódio mostrou a força do rádio e seu poder na formação da opinião pública, além das possibilidades de manipulação que o meio propiciava. Mas o efeito imediato mais importante foi o surgimento de uma série de pesquisas teóricas e práticas que, até

então, eram esporádicas e pouco sistematizadas. Tendo o rádio como centro de investigação, os pesquisadores se viram frente a uma problemática mais complexa: a das audiências. E começaram, com diversas denominações, os estudos sobre os processos de mediação e as práticas de recepção de forma sistematizada, não apenas do rádio mas da comunicação social em geral.

Merecem ser citadas as pesquisas feitas, na época, por Hadley Cantril, psicólogo da Universidade de Princeton, que em 1940 publicou um dos primeiros estudos decisivos sobre o fenômeno do rádio como meio de comunicação. Suas conclusões colocavam em evidência a importância do papel dos ouvintes e os espaços - público e privado - que os circundavam.

A Guerra dos Mundos cria um *antes* e um *depois*. Para o rádio, “1938 é um ano que encerra o ciclo da *protohistória* do meio idealizado por Marconi e abre outro sinuoso e imprevisível que se prolonga até estes insípidos e pasteurizados dias do final do século”.³⁴

Em termos locais, experiências foram sendo realizadas em várias partes mostrando as potencialidades do rádio e seu papel mobilizador. No mesmo ano de 1938, por exemplo, o Campeonato Mundial de Futebol, realizado em junho na França, foi palco, fora das campos, de importante marco do rádio brasileiro: a primeira transmissão esportiva, em cadeia nacional, diretamente da Europa. Os cinco *préludios* dos quais o *scratch* brasileiro participou, mais o *match* final que decidiu o *certamen*, foram irradiados por Gagliano Neto para a Cadeia de Emissoras Buynnton. Formada pelas rádios Clube do Brasil e Cruzeiro do Sul do Rio de Janeiro, Cosmos e Cruzeiro do Sul de São Paulo, além da Rádio Clube de Santos, em colaboração com os jornais O Globo e Jornal dos Sports, tudo sob o patrocínio exclusivo do Cassino da Urca, teve

(31) Sobre o assunto, vide: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Rádio e Pânico: a Guerra dos Mundos, 60 anos depois**. Florianópolis, Editora Insular, 1998.

(32) García Camargo, Jimmy. **La radio por dentro e por fuera**. Quito, Ciespal, 1980, p. 19.

(33) Bossetti, Oscar E.

Radiofonías - palabras y sonidos de largo alcance. Buenos Aires, Colihue, 1994, p. 70.

(34) *Ibid.*, p. 50.

sucesso imediato. Conforme o *team patricio, constituído por moços fortes, fazia cair os adversários*, outras emissoras, de norte a sul, de leste a oeste do país foram se integrando à *performance espetacular* daquele meio de comunicação que, como o futebol, *empolgava as multidões*. Foi uma façanha digna dos *intrépidos homens do rádio* daqueles tempos que em muito contribuiu para que se conhecesse melhor a prática radiofônica.³⁵

A *práxis* do rádio em seu dia a dia foi decisiva para consolidar a teoria incipiente sobre o novo meio de comunicação. Para trabalhar com a dupla mão-de-direção é necessário levar em consideração as motivações dos ouvintes para que *participem* ou não do processo comunicativo, do *diálogo mental* entre emissor e receptor. O rádio precisa cumprir seu papel social informando, educando, formando etc., mas sem esquecer que este processo deve ser prazeroso, agradável, espontâneo, permitindo que o ouvinte participe, relaxe, tenha seu lazer e entretenimento. E que os hábitos culturais de cada grupo sejam respeitados.

Outro ponto a ser discutido é a qualidade das produções a partir do momento em que todos - ou, pelo menos, muitos grupos - produzissem programas. Chegaríamos à reprodução do discurso face-a-face, talvez com alguns efeitos - ou enfeites - sonoplásticos. A qualidade destas produções certamente deixaria muito a desejar. Em determinadas ocasiões, quando os fatos são extremamente importantes para a sociedade, a qualidade pode ser deixada em plano secundário. Mas, na rotina, ela deve estar em pé de igualdade com o próprio conteúdo do programa. Há que se considerar a diferença essencial entre utilizar a linguagem radiofônica como meio de comunicação ou, apenas, as ondas radiofônicas como simples suporte para a ampliação do discurso

interpessoal.

Sem dúvidas, o rádio pode ser encarado como um meio mobilizador a partir do *envolvimento físico* com o processo. Assim como durante a República de Weimar os trabalhadores sentiam-se *participantes* ao montarem seus receptores, também a produção de programas pode levar os indivíduos a despertarem para outros âmbitos de interesse, para a participação política ou a mobilização comunitária. As duas mãos-de-direção pregadas por Brecht ou a interatividade dos dias atuais continuam se debatendo entre rosas e espinhos que passaram a merecer estudos teóricos e experiências práticas sob a chancela de diferentes escolas de pensamento.

5. Da produção para a recepção: pensando o sujeito

Estudar o processo de comunicação do ponto de vista da pesquisa do receptor não é uma abordagem nova. Mas o retomo do interesse por seu conhecimento, como afirma Nilda Jacks, “corresponde a uma saída teórica e política para os problemas de comunicação, especialmente do Terceiro Mundo, em que a América Latina desponta com propostas que avançam na compreensão da relação entre cultura e comunicação”.³⁶ Esta abordagem se opõe aos estudos feitos por correntes de pensamento que “reavaliam o uso de análises globalizantes”, mas que não trabalham com a importância do reconhecimento do sujeito nesse processo. Para Jacks, “o novo, na retomada dos estudos de recepção”, é o tratamento dado ao processo de recepção, “é considerar o receptor o sujeito do processo e da própria pesquisa”.

A partir desse enfoque, as noções de cultura e de comunicação foram aproximadas, “resultando nas mediações como objeto de estudo; a escolha do cotidiano como espaço-tempo de análise; o reconhecimento dos

(35) Sobre o assunto, vide: ORTRIWANO, Gisela Swetlana. “França 1938, III Copa do Mundo: o rádio brasileiro estava lá”. In: **GT História e Comunicação/XXII Intercom**, 1999 (disquete).
(36) JACKS, Nilda. “Pesquisa de recepção e cultura regional” p. 151. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo, Brasiliense, 1995, pp. 151-165.



receptores populares como sujeitos capazes de produção de sentido.” O “lugar privilegiado para abordar as mediações tende a ser o cotidiano” e o fato de “deslocar o eixo das pesquisas para as mediações não significa desconsiderar a importância dos meios, mas evidenciar que o que se passa na recepção é algo que diz respeito ao seu modo de vida, cuja lógica deriva de um universo cultural próprio, incrustado em uma memória e em um imaginário que são decorrentes de suas condições concretas de existência”.³⁷

Historicamente, existiram várias formas de pensar o rádio. Uma das correntes atuais que parecem mais promissoras é exatamente a que faz a abordagem como uma experiência cultural. Os “meios não são instrumentos, mas também não são meros produtores culturais. Os meios são também produtores e modeladores de cultura”.³⁸ Deste ponto de vista, Haye apresenta duas grandes perspectivas a partir das quais se deve pensar o rádio. O primeiro “modo teórico e conceitual” de abordá-lo foi entendê-lo como *meio de difusão*. “Ou seja, meio como canal de transmissão de mensagens que buscam objetivos definidos”, modelo que tem seus primórdios já nos anos 40. Este modelo, que aparece em correntes funcionalistas, pode ser analisado tanto sob o ponto de vista de que “o rádio é um meio capaz de veicular conteúdos para mudar atitudes” ou outra, em que o rádio é visto como “um meio de imposição: o rádio é manipulador, está ligado ao poder, é um meio de dominação”. A segunda vertente apresenta-o como uma *prática significativa*, em que o rádio “não é pensado como um canal através do qual se transmitem conteúdos, mas como um espaço no qual diferentes atores desempenham diferentes papéis, produzindo o sentido em conjunto. Em consequência, nesta concepção já não se pensa em emissores ativos e receptores passivos, mas que ambos

adquirem um papel produtivo”. Assim, podemos concluir que “o público do rádio não é objeto de um processo mas parte integrante da prática comunicativa, estando presente nas estratégias de produção e emissão”. Haye afirma que “dentro deste modelo existe outra linha que não é contraditória mas complementar: pensar o rádio como uma experiência cultural. O rádio é uma das formas através das quais os indivíduos produzem cultura”.³⁹ A partir desta perspectiva podem ser feitos estudos qualitativos permitindo, também, abordar a dimensão estética dos meios, outorgando importância ao papel dos receptores no processo.

O conceito de *gatekeeper* foi elaborado por Kurt Lewin em estudo de 1947 sobre as dinâmicas que agem no interior dos grupos. Identificando os *canais* por onde flui a seqüência de comportamentos relativos a um determinado tema, Lewin nota que existem neles zonas que podem funcionar como *cancela*, como *porteiro*: “O conjunto das forças, antes e depois da zona filtro, é decididamente diferente, de tal forma que a passagem, ou o bloqueio, da unidade através de todo o canal, depende, em grande medida, do que acontece na zona filtro. Isso sucede não só com os canais de alimentação mas também com a seqüência de uma informação, dada através dos canais comunicativos, num grande grupo.”⁴⁰

Estudando a vinculação estreita entre folclore e comunicação popular no nordeste brasileiro, Luiz Beltrão cunhou a nomenclatura *folkcomunicação* para o processo definindo-o como “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore”.⁴¹ Segundo Beltrão, a *folkcomunicação* preenche hiatos de comunicação das camadas populares, exprimindo-se em linguagem

(37) *Ibid.*, p. 152-153.

(38) HAYE, Ricardo M. **Hacia una nueva radio**. Buenos Aires, Paidós, 1995, pp. 28-29.

(39) *Ibid.*, pp. 27-29. Haye baseia sua proposta no informe acadêmico do “I Seminario-Taller Latinoamericano de Metodología de la Enseñanza de la Radio”, organizado pela FELAFACS - Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social - realizado em Bogotá, Colômbia, de 19 a 29 de novembro de 1991.

(40) LEWIN, Kurt. “Frontiers in Group Dynamics II. Channels of Group Life: Social Planning and Action Research”. In: **Human Relations**, vol. 1, nº 2, p. 145 (citado por WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**, 4ª ed., Lisboa, Presença, 1995, pp. 161-162).

(41) BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação - a comunicação dos marginalizados**. São Paulo, Cortez, 1980, p. 24.

e códigos que refletem “o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas por diversas razões e circunstâncias do processo civilizatório”.

Se pensarmos a folkcomunicação como um sistema do processo mediático, “as manifestações são sobretudo resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente, tendo-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. A recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário domina seu código e sua técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo, por sua vez, em resposta ou na emissão de mensagens originais”. Beltrão completa: “A *folkcomunicação* é, por natureza e estrutura, um processo *artesanal e horizontal*, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal *já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.*”⁴²

O rádio é “o mais usual dos meios de massa entre as camadas populares, especialmente depois da invenção do transistor”, segundo Beltrão. E os ouvintes ou *audiência folk*, como a denomina, conseguem, por exemplo, entender e reagir bem a mensagens futebolísticas pois conhecem as regras do jogo, seus termos e expressões; os programas religiosos, principalmente os cultos de cunho afro-brasileiro; os programas de música sertaneja, entre outros. São mensagens cujas sintaxes, na opinião do autor, são mais singelas e conduzidas com empolgação, “tipo de eloquência muito apreciado pelas massas”. Quanto a outras mensagens, como assuntos econômicos, políticos,

administrativos ou música erudita, não fazem parte do cotidiano do ouvinte, “caem na vala comum da incompreensão, ainda mesmo quando recebidas por grupos de ouvintes interessados...”, necessitando o emprego de intermediários para que sejam compreendidas.⁴³

Beltrão afirma que “a identificação do *líder de opinião* como agente-comunicador do sistema de folkcomunicação foi o ponto de partida do trabalho desenvolvido por quantos se dedicaram à busca e análise dos agentes e usuários do processo, das modalidades e dos feitos da grande corrente paralela de mensagens que permitirá o conhecimento das expressões do pensamento popular, do seu intercâmbio de idéias e, afinal, das tentativas de uma convivência, quando não da integração, entre grupos tão fundamentalmente distanciados”.⁴⁴

A influência dos meios de comunicação de massa se exerce não diretamente, mas através de intermediários, tais como o líder de opinião, o agente de comunicação, o mediador que, acima de tudo, ouve e se faz ouvir no processo de emissores oficiais/emissores populares, dando espaço para o *feedback*, para a interação com o receptor.

Néstor Garcia Canclini afirma que ao falar de cultura, precisamos pensar que “são *processos sociais* e, parte da dificuldade de falar de cultura está no fato de que circula, é produzida e consumida na sociedade. Não é algo que continue sempre da mesma maneira. Daí a importância que adquiriu a *teoria da recepção* ou os estudos sobre recepção e apropriação de bens e mensagens nas sociedades contemporâneas pois mostram como um mesmo objeto pode transformar-se em seu uso social”.⁴⁵

6. Crise conjuntural II: as rádios comunitárias

No cenário globalizado a tecnologia é um dos campos mais

(42) *Ibid.*, pp. 26-28 (grifos do autor).

(43) *Ibid.*, p. 28.

(44) *Ibid.*, p. 31.

(45) CANCLINI, Néstor García.

Cultura y comunicación: entre lo global y lo local. Buenos Aires, Universidad Nacional de la Plata, 1997, p. 36 (grifos do autor).



significativos. Um único e grande mercado em que fenômenos, antes localizados, passam a ter importância mundial: o desemprego que ocorre em um país tem origem em ajustes promovidos em outro lado do planeta. A revolução que as novas tecnologias causaram nas comunicações e nas relações humanas individuais e grupais, mudou as noções de tempo e espaço e, certamente, o universo informativo permitiu que o coletivo social seja testemunha ao vivo, via satélite, de tudo quanto acontece no mundo. A globalização se dá em todos os níveis, tanto econômicos como políticos, sociais e, sobretudo, culturais.

A recepção não é apenas mais uma das etapas do processo de comunicação mas, como diz Jesús Martín-Barbero, “é um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação”.⁴⁶ Se, por um lado, fala-se de uma cidadania global, resultado dos efeitos proporcionados pela tecnologia, envolvendo satélites, TV a cabo, Internet etc., por outro, está surgindo uma revalorização do local, do comunitário, como espaço próprio para o exercício da cidadania, que para Michel Maffesoli é a *tribalização*, um dos signos da contemporaneidade ou o *espírito do tempo pós-moderno*.⁴⁷

“Para tentar situar o conceito de cidadania neste tempo globalizado, devemos levar em conta alguns fatos significativos. Por uma parte, vivemos em um mundo mediático, quer dizer, que a maior parte de nossos conhecimentos e experiências quanto a desejos, aspirações, valorizações e emoções estão ‘mediatizados’ pela mídia. Por outra, o impacto tecnológico reflete-se com maior força no campo das comunicações e em tomo aos meios constituem-se grandes empresas transnacionalizadas. Nesse contexto, a experiência comunicativa vira um mercado tão global como qualquer atividade econômica. O desafio é definir, ou redefinir, a relação meios de

comunicação e cidadania em um momento de mudanças significativas, em um mundo que deixou de ser mais geopolítico para ser mais geoeconômico e, sobretudo, mais geocultural.”⁴⁸ A “possibilidade de abrir espaços de comunicação alternativa através das rádios comunitárias, dentro de um quadro onde a monopolização dos meios é o fato predominante, vem gerando fortes discussões que atingem os mais variados campos, mais especialmente o político e o econômico”.⁴⁹

De maneira geral, o rádio ainda é encarado como meio de segunda categoria e um dos aspectos cruciais nesta questão continua sendo o sistema de exploração da radiodifusão, há muito atrelado a uma prática em que o critério básico para a concessão é o do jogo político, da amizade, da troca de favores. O interesse social e a competência tomam-se secundários nesse processo. Para que haja mudanças efetivas, o rádio precisa de investimentos, não apenas na área financeira, mas na própria reformulação do sistema de concessões para que os canais passem a ser usufruídos por aqueles realmente interessados em um meio de comunicação. As emissoras estatais, cumprindo o papel da utilização social, devem conviver com emissoras comerciais, coexistindo com os canais de uso comunitário e o rádio local, produzindo e difundindo mensagens da e para a comunidade. Estas emissoras deverão estar sob o efetivo controle de grupos sociais e não, como ao que tudo indica, tomarem-se novamente porta-vozes de interesses políticos que as controlem via intermediários.

As empresas de radiodifusão vivem uma difícil fase de transição. Por um lado, a redemocratização da sociedade brasileira trouxe à tona necessidades de comunicação até então mantidas caladas à força de leis e decretos; a tecnologia, por sua vez, ampliou as possibilidades de acesso à

(46) MARTÍN-BARBERO, Jesús. “América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social”, p. 39. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.), *Op. cit.*, pp. 39-68.

(47) MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. São Paulo, Vozes, 1996.

(48) PADILLA FERNÁNDEZ, Adrián José. **Democratização do ar como exercício de cidadania**. São Paulo, ECA/USP, 1998 (mestrado), p. 47.

(49) *Ibid.*, p. 48.

informação, acirrando ainda mais a concorrência pela audiência. Por outro, os avanços desta tecnologia estão colocando em xeque a competência de cada uma destas empresas, ameaçando quebrar a reserva de mercado em que estabeleceram seu *modus operandi*. A necessidade de acompanhar as inovações tecnológicas como a transmissão digital (DAB - Digital Audio Broadcasting) e, acima de tudo, a disputa que poderá surgir com a entrada de novos concorrentes dos ramos de telecomunicações ou informática (fortemente capitalizados), aumentam o temor: a extinção de empresas que sempre tiveram uma estrutura empresarial extremamente frágil.⁵⁰ A implantação do rádio digital parece ser a forma natural de evolução do rádio analógico. No que se refere à produção e à administração, o processo já está em pleno desenvolvimento, reduzindo custos de mão-de-obra e melhorando a qualidade dos produtos oferecidos ao ouvinte. O problema maior dos radiodifusores diz respeito à transmissão e, no geral, reforçar as medidas que garantam a diminuição dos custos, alcançando a máxima rentabilidade para o setor. Tarefa árdua se pensarmos nos sérios entraves que se originam na ausência de projetos de filosofias e estratégias empresariais bem definidas.

Os conceitos de global e de local são importantes para o rádio em tempos de globalização, em que há uma crescente desterritorialização de bens e serviços, gerando crises de identificação não apenas individuais, mas também entre os espaços público e privado. O ouvinte precisa sentir que a emissora em que está ligado tem essa abrangência multifacetada: informa sobretudo o que estiver acontecendo no mundo, sem esquecer dos detalhes daquilo que está ocorrendo ao redor, seja do ponto de vista geográfico, estritamente físico, ou psicológico, em que a proximidade está relacionada às afinidades e ligações

emocionais. E o rádio assume, não apenas o papel de meio de informação e entretenimento, mas também o de companhia e solidariedade.

“Mesmo a (...) realidade sendo mais complexa e a articulação entre tecnologia, economia, sociedade e espaço seja um processo aberto, variável e interativo, parece claro que na sociedade da informação o global condiciona o local e os fluxos eletrônicos estruturam a economia a partir de relações entre unidades espacialmente distantes. Mais ainda: a comunicação, na base das expressões culturais da sociedade e do imaginário dos indivíduos, está crescentemente globalizada a partir do sistema emergente de *multimedia* controlado financeira e tecnologicamente por grandes grupos internacionais, ainda que seus produtos se diversifiquem para segmentos específicos do mercado.”⁵¹

Segundo Borja e Castells, mesmo que as culturas locais, de base territorial, não desapareçam, terão de procurar formas de se relacionarem com alguns potentes meios de comunicação globalizados que “configuram em boa medida um hipertexto da comunicação e da interação simbólica”. Para eles, o local terá importância estratégica como centro de gestão do global no novo sistema tecno-econômico, sob três âmbitos principais: o da produtividade e da competitividade, o da integração sócio-cultural e o da representação e gestão políticas.

O rádio se desenvolveu como modelo concentrador, criticado por Brecht desde o início uma vez que surgiram muitas entidades oferecendo um produto que praticamente não tinha demanda (na Alemanha, o rádio já era estatal na época), com a programação tendo “uma cara quando deveria ter duas”, sendo um simples aparelho distribuidor. Neste sentido, Brecht conclamava os diretores de emissoras a abrir canais de participação dos ouvintes na formação da programação,

(50) A respeito, vide: ORTRIWANO, Gisela Swetlana. “O radiojornalismo visto por dentro”. In: **Os (des)caminhos do radiojornalismo**, Op. cit., pp. 132-162.

(51) BORJA, Jordi CASTELLS, Manuel. **Local y global - la gestión de las ciudades en la era de la informadón**. Madrid, Taurus, 1997, p. 12.



uma antevisão do que hoje fascina os estudiosos das novas tecnologias e, especialmente, da Internet, sob o nome de *interatividade*. Ainda rara no rádio brasileiro, a *interatividade* é exceção, concentrada principalmente nas emissoras dedicadas ao jornalismo. Nas demais, o direito do ouvinte é, praticamente, o de escolher sua predileta entre umas tantas músicas destacadas no programa. E concorrer a algum prêmio.

Nos anos 90, o celular permitiu a participação do *ouvinte-repórter*⁵² que, em algumas emissoras, de maneira espontânea, transmite informações e, teoricamente, pode estar em qualquer lugar dando ampla cobertura aos acontecimentos que presencia. O conteúdo dessas intervenções ainda é muito discutível, limitando-se a informações ligadas à prestação de serviços. Mas aos poucos, alguns passos estão sendo dados em direção à emissão da opinião de cada um. Falta, ainda, assimilar o conceito de cidadania para que as emissoras (e até amplas faixas da sociedade) aceitem permitir que o ouvinte expresse suas opiniões assumindo os riscos dessa participação ao vivo, substantiva. As experiências feitas nos últimos anos têm mostrado que os recursos tecnológicos estão sendo utilizados para que a comunicação entre emissor-receptor se estabeleça de forma ainda mais controlada, seja por causa da competência e do poder econômico envolvidos para que o receptor (ou usuário?) tenha acesso à emissoras via Internet, *fax* etc., recursos que permitem o controle total por parte do emissor. O mesmo ocorre com o telefone, celular ou não, que sempre pode ter sua linha *derrubada* de acordo com as conveniências de quem tem o poder de determinar os conteúdos.

“A segunda metade dos anos 90 parece estar marcada pela acomodação do rádio ao surgimento de uma concorrente, a Internet, que busca

apropriar-se de seus procedimentos. No entanto, a Internet parece ter sido um meio mais generoso com o rádio do que a TV: ao apropriar-se de seu *know-how*, a NET o faz explicitamente, usando não só de seu estilo, mas todos os seus procedimentos. As emissoras de rádio estão migrando para o suporte informático mantendo integralmente seu estilo e sua marca. Assim, hoje tanto é possível mandar um *e-mail* para o rádio quanto ouvir um programa no computador.”⁵³

Os caminhos trilhados para o resgate da cidadania plena no Brasil são muito recentes, assim como são recentes os avanços da tecnologia. É necessário aprofundar o conhecimento do universo cultural dos receptores para a concepção, planejamento e avaliação das experiências e projetos de rádio. Quanto ao rádio local e as emissoras comunitárias (ou cornetas, livres, piratas) que utilizam recursos dos mais simples aos mais sofisticados como alto-falantes, satélites, Internet etc., a preocupação merece atenção especial. O desconhecimento desse universo presente no cotidiano da população, compromete o desenvolvimento das experiências, o conhecimento da realidade entre produtores e receptores no processo de construção de uma comunicação que atinja as expectativas e necessidades de emissores e receptores.

As redes de emissoras que estão se popularizando no Brasil nesta última década - apesar de várias tentativas anteriores - dando cobertura a amplos espaços geográficos (relembrando o início dos tempos do rádio, principalmente nos EUA, com a cobertura costa-a-costa e as transmissões em Ondas Curtas), por meio da interligação de emissoras de pequeno alcance (conceito de *glocal*), trabalhando com a proximidade (o local) e com a globalização. É, talvez, o caminho da cobertura que atenda à proximidade (tanto física quanto psicológica) e a

(52) Vide: “Ouvinte da Eldorado presta serviço”. In: **O Estado de S. Paulo**, 13.02.1999; MAYRINK, José Maria. “Ouvinte-repórter - Eles pegam o celular... e você escapa de uma fria”. In: **Jornal dos Jornais**, São Paulo, Ano 1, nº2, abril 1999, pp. 18-25.

(53) SERVA, Leão. “Ondas encontram seu caminho na mídia”. In: **O Estado de S. Paulo**, 27.09.1997, p. D7.

abrangência geográfica, ao mesmo tempo em que permite a implantação de estratégias empresariais que garantam a sobrevivência econômica das emissoras.

7. Tecnologia: volta ao princípio?

As empresas radiofônicas logo perceberam a necessidade de destinar mensagens diferentes para pessoas diferentes: é a *segmentação* de públicos e de mercados. A partir dos anos 60 essa prática tomou-se comum nos Estados Unidos: emissoras que transmitiam apenas um determinado tipo de música (*rock*, clássica, *country* etc.); dramatizações (teatro, novelas); esportes; jornalismo (as chamadas emissoras *all news*) etc. No Brasil, a segmentação como proposta de programação começou a ser experimentada apenas nos anos 80, geralmente nas FMs e, atualmente é considerada, principalmente pelos profissionais de propaganda e *marketing*, como o caminho para a sobrevivência do rádio.

Em seus primeiros anos, o poder do rádio foi temido devido, principalmente, ao desconhecimento de suas potencialidades e consequências. Hoje, a situação não é muito diferente: mais que o poder do rádio, o poder da comunicação continua temido, agora via informática. É a vez da Internet ocupar o lugar central no palco das discussões, como meio para diferentes manifestações radiofônicas: suporte para as transmissões normais; emissoras virtuais, que existem somente na Internet; rádio *on demand*, ou seja, ouvir programas que já foram para o ar ou a disponibilização de outros arquivos sonoros, como gravações históricas, por exemplo. É a convergência, a soma dos *media*. É o caminho do surgimento de novos alfabetos que vão precisar de intermediários para se comunicar, a exemplo daquele representado pela personagem Dora no festejado filme *Central do Brasil*.

Alguns estudiosos receiam que a implantação de programas de tecnologia de comunicações e de informação possam ser realizados às cegas por governos que não se incomodem com as consequências sociais, algumas potencialmente devastadoras. Sempre houve, através da história, a suposição de benefícios implícitos advindos de novas tecnologias. Mas muitas vezes os impactos negativos demoraram para ser reconhecidos e suas consequências sociais freqüentemente suplantam qualquer benefício. O mesmo pode ser dito com razão de muitas tecnologias novas, como a realidade virtual, a Internet e os *softwares* inteligentes. O rádio vive um momento de grande vitalidade criativa. A informática tem se mostrado um importante aliado. Por meio de programas específicos, pode ser ouvido em qualquer lugar via Internet, satisfazendo a característica da proximidade psicológica mesmo que a distância física entre o emissor e o ouvinte seja muito grande: o *amigo* está lá, para muitos *diálogos mentais*, em seu papel de *background*, pano de fundo de qualquer atividade que esteja sendo desempenhada, sem requerer atenção exclusiva. Mas o acesso às novas formas de comunicação e a participação interativa exigem, não apenas competência, tecnológica mas também poder aquisitivo.

Com a informática, o rádio ganha novas perspectivas quanto ao seu potencial interativo. Hoje, já não são poucas as emissoras que incentivam a participação do ouvinte por *e-mail*, assim como por *fax*. O correio tradicional perdeu seu lugar uma vez que não acompanha a agilidade do rádio. Tomando a liberdade de ampliar a conceituação apresentada por Walter Sampaio para a natureza do jornalismo, a interatividade solicitada pelas emissoras é **adjetiva**.⁵⁴ Via de regra, não é permitida a participação de viva voz, no que poderíamos chamar **interatividade substantiva**. O uso do telefone,

(54) Vide nota 25. A noção de jornalismo de natureza substantiva e/ou adjetiva foi aqui utilizada para a questão da interatividade, de acordo com o maior ou menor controle da participação física do receptor. No caso, não estamos considerando a interatividade envolvida na criação do diálogo mental entre emissor e receptor.



convencional ou celular, apesar de recurso importante, oferece pouco espaço para o ouvinte uma vez que implica menor controle sobre o discurso, mesmo que pretensos problemas técnicos possam facilmente derrubar uma ligação telefônica indesejada.

O conceito de *glocal* desenvolvido pelo rádio quanto ao seu alcance e abrangência é resultado das novas tecnologias: ele é global e local, ao mesmo tempo. Primeiro aparelho eletrônico a entrar no universo doméstico, para Eduardo Meditsch a forma inicial de audição era muito parecida com a navegação que se faz hoje na Internet: “O interesse não era pelas notícias, mas para captar sinais distantes.” Foi o primeiro meio a fazer transmissões em tempo real e lançou a idéia da interatividade. “O rádio é uma manifestação precoce da era eletrônica e não foi entendido antes porque o conceito de eletrônico não existia.”⁵⁵

Talvez Orson Welles tenha intuído, duas décadas antes, idéias desenvolvidas pelo canadense Marshall McLuhan(1912-1981),teóricodos meios de comunicação de massa e inventor da expressão *aldeia global*. Segundo McLuhan, durante pouco tempo o rádio foi um meio de entretenimento. Sua essência é a de meio informativo, revelada mais claramente após o surgimento da televisão. Notícias, hora certa, informações sobre o trânsito, sobre o tempo, enfatizam o poder do rádio. Mas o rádio é muito mais.

A informação jornalística no rádio ocupa espaços cada vez maiores e as emissoras *all news* e *talk radio* fazem parte do cotidiano. Pecam, contudo, por esquecer a linguagem do rádio: além da informação, a correta ambientação sonora é fundamental. Do ponto de vista da moderna tecnologia, em *A Guerra dos Mundos* “um mundo virtual foi descrito e apoiado por um mecanismo que, na experiência dos ouvintes, era usado apenas para acontecimentos reais. A incapacidade

de distinguir imediata e claramente o real do virtual foi a verdadeira causa do pânico”.⁵⁶

“Atualmente, o rádio goza de excelente saúde. A emissão através das novas frequências digitais (DAB), a difusão já não apenas das ondas hertzianas, mas também por fibra ótica e satélite, a recepção de alta fidelidade com equipamentos também digitalizados, fazem que o rádio participe plenamente da revolução das novas tecnologias e do universo multimidiático. Cada vez mais emissoras colocam sua programação completa, de 24 horas, na Internet. Com um receptor pequeno, a pilhas, são captadas, via satélite, dezenas de canais com sinais multimídia.”⁵⁷

Com os recursos tecnológicos atuais, a idéia de Brecht poderá, teoricamente, vir a ser plenamente cumprida. A interatividade deve ser vista como uma evolução com relação à comunicação permitida pelos meios unidirecionais e se caracteriza pela substituição da postura passiva por uma utilização ativa do meio. A configuração tecnológica dos novos meios permite o *feedback* imediato, simultâneo à emissão e enviado ao receptor pelo mesmo canal de transmissão utilizado pelo emissor. Quando se fala de interatividade permitida pelos novos meios, ou de modo mais geral, pelos dispositivos informáticos, está se falando de um tipo de comunicação possível graças às potencialidades específicas de determinadas configurações tecnológicas.

Característica típica da comunicação interativa é o fato de o receptor passar a desempenhar um novo papel, o de usuário, com idéia implícita de participação ativa. Sobre este fenômeno da interação podemos observar que em um contexto onde as máquinas estão cada vez mais presentes, a qualidade da interação homem-máquina será fundamental para a qualidade de vida e ainda mais

(55) "O bom texto, curto e grosso".
II Seminário Internacional de
Radiojornalismo - Espaço garantido
no futuro (Suplemento Especial).
In: **Revista Imprensa**, São Paulo,
Ano X, nº 118, julho 1997, p. 12.

(56) JELUNEK, Dan. "Especialista
adverte para perigos de programas
de comunicações". **O Estado de S.
Paulo**, 04.04.1998, p. D6.

(57) LÓPEZ VIGIL, José Ignacio.
**Manual urgente para
radialistas apasionados**. Quito,
Gespal/Amarc, 1997, pp. 21-22.

importante será sua correta compreensão por parte do maior número possível de usuários. No início do rádio, era necessário o domínio técnico para poder produzir/utilizar equipamentos e conteúdos. Agora, em tempos de informática e de Internet, essa exigência volta a estar presente. Com a interatividade proporcionada pela tecnologia, talvez os ouvintes possam determinar os conteúdos e, optar pela tecnologia possa ser uma *expressão de liberdade* e não uma *expressão de necessidade*.

De qualquer forma, passado mais de meio século desde que Bertolt Brecht discutiu o novo meio que, nos anos 20, apenas despontava, podemos constatar que continuamos muito distantes de atingir os ideais por ele propostos. O rádio continua sendo um meio de reconhecidas potencialidades, porém, extremamente mal utilizado. A essência da proposta de Brecht para tomá-lo um meio de articulação da esfera pública e o pleno desenvolvimento da sociedade, jamais foi encarado com seriedade pelos estudiosos. E, ainda hoje, mais do que pensar em rádio, é preciso pensar em desenvolver o conceito de cidadania, com seus direitos e responsabilidades.

“De repente, surgiu a possibilidade de dizer tudo a todos; mas, analisando bem, não havia nada a dizer.” - Bertolt Brecht



Tecnologias da desmaterialização

Resumo

As tecnologias digitais estão vertiginosamente mudando o mundo. E não há repouso nestas transformações - enquanto paramos para olhá-las, elas já se transformaram. No entanto, toda esta ruptura possui um sentido mais amplo, uma busca por um mundo onde as coisas concretas e fixas se tornaram restritas e perderam sua potência. É fundamental compreender o projeto de desmaterialização da vida tangível e da existência, assim como todos os aparatos e dispositivos tecnológicos que nossa sociedade produz, como uma manobra para algo maior, mesmo que de maneira fragmentada e distribuída, mas com um objetivo claro. As tecnologias não são algo que simplesmente transformam o mundo como um fim em si mesmo: elas servem a um propósito, elas possuem um sentido. Somente enquadradas desta maneira, podemos colocá-las em perspectiva.

Este artigo apresenta uma abordagem desconstrutivista para a relação entre tecnologia e sociedade.

1. Experiências com o imaterial

Ao andar pelas ruas de um grande centro urbano, poderíamos refletir um pouco mais sobre nossos - já tão comuns - telefones celulares. Que aparelhos intrigantes?! Como imaginar que aqueles jovens que assistiam reprises do seriado americano *Star Trek*¹ na década de 80 já estariam utilizando aparatos tecnológicos portáteis como os mostrados na ficção, já na década de 90? Principalmente se lembrarmos os preços das

linhas telefônicas do Brasil da década de 80...

O celular é um telefone, mas é um telefone que deixou de ser. O telefone era uma posição geográfica: a forma de, através da comunicação, se posicionar um sujeito em um determinado lugar no espaço urbano. Ao se realizar uma ligação telefônica, ligávamos para um lugar, para, neste lugar, conversarmos com um sujeito que, para estar acessível, precisaria estar confinado aos limites e sujeições impostos pelo lugar. O telefone era uma tecnologia disciplinar.

O celular arrebentou este confinamento. E não é por menos que relacionamos o celular a um estilo de vida - já que rompia com sujeições e confinamento -, motivo o qual levou a seu estrondoso sucesso de vendas. Liberdade ele dizia: não a liberdade de andar pelas ruas e falar com os amigos e colegas, mas a liberdade de não precisarmos nos submeter as regras e exigências próprios a cada um dos espaços consecutivos pelos quais transitávamos (a residência, o escritório, etc...) para estarmos acessíveis a outros tipo de sujeição. No Brasil, quando foram lançados, havia fila de espera para recebê-los, dada a imensa demanda.

Mas a era do celular está chegando ao fim. Breve será substituída pelo *VoIP*² (telefonia fixa através da internet). Os especialistas certamente irão rir desta afirmação, pois tratam-se de coisas distintas: o *VoIP* nada mais é do que um telefone fixo que transmite nossas conversas, convertendo-as antes a dados digitais,

(01) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Star_Trek

(02) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/VoIP>

e trafegando-as através da internet no lugar dos cabos de telefonia convencionais. Trata-se, portanto, de um telefone fixo com a vantagem de poder ser conectado em qualquer lugar e receber as chamadas telefônicas naquele lugar. Seria então um retorno ao confinamento; um retrocesso no processo que, por conseguinte, não rivalizaria nem um pouco com a liberdade proporcionada pelo celular.

As tecnologias têm isso - é o que chamamos de *Killer Applications*³ -, esta “sabedoria” de que, para se avançar cinco degraus na escada, as vezes é necessário retornar um. A **desmaterialização das coisas** operada pelo *VoIP* é vertiginosa! A partir dele, a telefonia deixa de ser um conjunto de processos e equipamentos que permitem a troca de mensagens entre sujeitos, e passa a ser meramente, troca de dados. Não se trata de uma conversa, de um bate-papo, de uma negociação, são meramente dados transitados, contendo - por acaso - registros de voz. Poderiam ser uma planilha, um vídeo, uma música, ou qualquer outra coisa. O *VoIP* faz com a telefonia o que o processador de texto no computador fez com a máquina de escrever.

As redes *Wi-MAX*⁴ já começaram a ser implantadas em algumas capitais do mundo. *San Francisco* nos Estados Unidos já está plenamente coberta. Breve, estaremos todos cobertos por uma rede digital sem fio. Ela permite que *notebooks*, celulares, *videogames*, dentre tantos outros aparelhos informatizados, conectem-se a internet de, virtualmente, qualquer lugar. O *VoIP* não necessita de um telefone convencional: por se tratar meramente de dados, um computador pode substituí-lo. Um *videogame* com microfone e caixas de som também pode. Qualquer equipamento informatizado, que possua entrada e saída de som poderia, seja utilizando *headphones*, seja utilizando um viva-voz, ou até transformando os dados recebidos em texto escrito na tela do aparelho e convertendo texto digitado em áudio para quem está na outra ponta.

Pode-se até utilizar o *VoIP* com um PDA (*Personal Digital Assistant*) — mais conhecidos no Brasil como agendas eletrônicas - e conectar este PDA via tecnologia sem fio *Bluetooth*⁵ (outro tipo de rede sem fio, desenvolvida para conectar periféricos a equipamentos informatizados) a um *HeadSet* (um *headphone* também sem fio). O *HeadSet* permite que o sujeito faça ligações ou as atenda sem sequer estar próximo do dispositivo que realiza a desmaterialização da conversa em dados. Se preferir, o sujeito poderá direcionar a ligação recebida por seu PDA para o aparelho de rádio de seu automóvel. O rádio de seu carro passa a ser o seu “telefone”. O rádio deixa de ser rádio, e passa a ser apenas um mero dispositivo que pode se transformar em qualquer outra coisa, conforme a necessidade. Devemos reconhecer como a concepção do que era um telefone, e como todas as relações que ele organizava foram, vertiginosa e abruptamente, transformadas. O telefone não é mais o aparato ou as vias, mas meramente sua essência: o ato de falar com outro. O telefone é um signo que está perdendo seu referente concreto: logo não existirá mais um aparelho telefônico, mas o ato de ligar e conversar por um meio permanecerá. O telefone (ou o telefonar para alguém) fará parte apenas do mundo simbólico como representação de um comportamento, e não como representação de uma ação sobre um dispositivo material. A desmaterialização que transformou esse ato em dados transmitidos, equalizou a conversa telefônica (dados), textos (dados), imagens (dados), músicas (dados), planilhas e cálculos (dados)... ao estacionar nosso automóvel na porta de um edifício, para dar carona para um amigo, podemos chamá-lo em casa sem sairmos do veículo ligando para ele de nosso aparelho celular, ou podemos enviar para ele uma mensagem de texto SMS que ele receberá no seu celular. Isto não passa de transmitir dados de um equipamento para outro... Se é a voz falando “por favor desça que já estou

- (03) Ver em DOWNES, Larry & MUI, Chunka. *Unleashing the Killer App- Digital Strategies for Market Dominance*. Harvard Business School, 2000; ou em http://en.wikipedia.org/wiki/Killer_application
- (04) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Wi-max>
- (05) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Bluetooth>



aqui” ou se é um texto escrito “por favor desça que já estou aqui”, tanto faz.

Tem se falado muito no Brasil sobre o problema da TV Digital. Entre modelos e discussões, talvez a questão mais importante esteja sendo deixada de lado: a TV Digital é na verdade o fim da TV. Ela transformará a TV em outra coisa que não uma TV - provavelmente será um catalisador na fusão entre o computador pessoal e a TV, ou decretará finalmente a sua extinção junto ao rádio, ao vídeo/DVD, e ao aparelho de som, substituindo todos eles por uma central informatizada de mídia que pode, além de servir como estação de trabalho e de divertimento, realizar a automação dos eletrodomésticos e dos equipamentos domésticos como a iluminação, o som-ambiente, conforto térmico (ar-condicionado, janelas e ventilação), a irrigação de plantas e jardins, e assim por diante.

A TV como a entendemos é um equipamento que transforma sinais em imagens; seu funcionamento é de mão-única, recebendo e reproduzindo o que é transmitido pelos meios de comunicação. É um instrumento de decodificação apenas.

Já a TV Digital possui um funcionamento muito semelhante a um computador conectado a internet, o que nos faz questionar se existe algum sentido em um equipamento que reproduza as mesmas funções de um computador, mas que possua a embalagem de um a TV?! A TV Digital é de mão-dupla: tanto recebe como envia sinais. Sua imagem tem mais qualidade porque se trata de dados de computador e não de pulsos elétricos. Ela é, na verdade, um ponto de rede, e transforma os dados computacionais em imagens ou em planilhas, arquivos, documentos, etc. Além de programação televisiva, é possível apresentar e recolher desta caixa preta digital tudo que se faz com um computador conectado a internet. Será possível fazer compras (como no caso do *e-commerce*), será possível entrar em contato e enviar mensagens para empresas (como nos formulários de contato na internet), provavelmente será possível transformá-la, com o

devido *software*, em telefone - tudo que já se faz com um computador.

Provavelmente, independente de qual seja o modelo adotado, encontraremos no mercado soluções obscuras para modificar seus registros e sermos capazes de receber dados de outro modelo; seremos também capazes de re-direcionar o *stream* [fluxo contínuo] de dados do computador ou da internet para a TV, recebendo canais e recursos digitais que não estavam previstos no projeto nacional. Ou seja, independente de qual seja o modelo escolhido, haverá maneiras de desmaterializar o equipamento e criar novas possibilidades para ele. Toda a discussão que envolve este problema se restringe, na verdade, a encontrar proteções contra a pirataria digital e um modelo de distribuição do sistema que alcance as massas e tome-se lucrativo para os produtores de conteúdo. Vale falar que a tudo que se propõe a TV Digital, já se pratica em um computador: os jovens jogam on-line, conversam, compram, fazem vídeo-conferência e assistem seus seriados de TV prediletos nele, tanto em tempo real como após serem apresentados, porém, o computador ainda é utilizado por uma pequena parcela da população, o que toma remota a possibilidade de lucro na produção de conteúdo digital para ser veiculado apenas pela internet.

Isto poderia ser suficiente para desconcertar qualquer pessoa nas relações que estabelece com as coisas, mas, para adensar ainda mais a situação, saiba-se que os computadores estão sendo, também, desmaterializados. Como?! - pode-se pensar. Se os computadores são o próprio instrumento da desmaterialização, como poderiam ser desmaterializados?

De várias maneiras:

Emulações⁶

Qualquer jovem que viveu a década de 80, certamente, conheceu o *videogame* Atari⁷. O emulador do Atari foi, possivelmente, o primeiro projeto de desmaterialização de um dispositivo informatizado, realizado na década de 90. Percebeu-se que os computadores

(06) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Emulators>

(07) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Atari_2600

atuais possuíam infinitamente a capacidade de processamento do velho Atari. Então, porque não reproduzir o funcionamento de seus circuitos através de um programa de computador? Este programa funcionaria tão rápido quanto o próprio equipamento. E foi exatamente isto que aconteceu: hoje, o velho Atari está vivo, tendo reproduzido perfeitamente seu funcionamento tanto nas telas dos computadores como nas telas de PDAs e celulares. Ele foi emulado por equipamentos muito mais poderosos.

Este processo não parou no Atari. Além de *videogames*, computadores mais antigos tiveram todos os seus circuitos reproduzidos nas telas de computadores mais novos. Um exemplo ainda mais curioso é de um emulador do computador MSX⁸ (equipamento criado em meados de 1986) que foi desenvolvido para funcionar não como um aplicativo em um computador ou em um celular, mas para funcionar através de um *Browser* (janela dos programas de navegação na internet, como o *Internet Explorer*, o *Netscape*, ou o *Firefox*). Além de emulado, ele nem sequer pode ser compreendido como um *software* funcionando naquele computador; a noção de *software*, como uma ferramenta distribuída em disquetes e CD-ROMs, e executada por um computador, também foi desmaterializada. Este *software*, roda em outro lugar, não naquele computador. Este emulador foi desenvolvido utilizando a linguagem de programação Java⁹ da *Sun Microsystems*, que curiosamente faz uso de uma *Virtual Machine*¹⁰ (Máquina Virtual), que nada mais é do que a emulação de um processador. A linguagem Java foi desenvolvida para funcionar em equipamentos domésticos que possuiriam uma “máquina virtual” acoplada para serem capazes de interpretar essa programação. O projeto inicial não foi bem sucedido, e os engenheiros da *Sun* resolveram emular esta “máquina virtual” nos computadores para reciclar seu projeto. Neste caso, um emulador roda outro emulador em outro lugar que não o

próprio computador. E mesmo assim, o usuário se diverte e nem percebe a complexidade do que está utilizando.

Hoje temos todo tipo de equipamentos eletrônicos desmaterializados. As velhas calculadoras científicas e financeiras foram todas transformadas em *softwares*. Os processadores e sintetizadores de som também: os músicos já não utilizam sintetizadores e teclados capazes de gerar som para suas músicas; no lugar, utilizam teclados capazes de transmitir dados para um computador, que são interpretados por emuladores dos circuitos existentes naqueles velhos sintetizadores.

Os próprios softwares já estão sendo desmaterializados. Existe hoje um movimento apelidado de Web 2.0, onde aplicativos utilizados amplamente nos computadores estão sendo emulados em websites. Se você não possui o *Microsoft Word* instalado em seu computador, mas precisa editar um documento nele, poderá acessar um website que funcionará precisamente igual ao *software*. O *software* não está instalado no seu computador, mas, mesmo assim, você poderá usufruir dele.

Desconstrução dos aparatos

O teclado dos computadores deixará de ser uma coisa sólida. Logo esqueceremos a idéia de um teclado como teclas físicas sendo apertadas. Diversas empresas já lançaram o VKB (Virtual Laser Keyboard), que nada mais é do que um dispositivo que projeta feixes contínuos de laser em qualquer superfície, desenhando as teclas de um teclado convencional, e, através de varredura infra-vermelho, reconhece quais teclas estão sendo apertadas. Não se trata de ficção científica; esta tecnologia já está ampla e facilmente acessível. O teclado do computador passa a ser o tampo de uma mesa, uma folha de papel, o braço de alguém, a parede, enfim, qualquer coisa. O teclado não é mais um dispositivo sólido, mas o ato de entrar dados digitando-se. O teclado desaparecerá, e restará apenas traços e pistas sobre o que ele era: o signo “teclado”

(08) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/MSX>

(09) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Java_%28Sun%29

(10) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Java_virtual_machine



representará o comportamento de digitar, e não mais o objeto concreto.

Os monitores também estão desaparecendo. Antes eles possuíam profundos tubos catódicos para projetarem elétrons em uma tela magneticamente coordenada. Hoje, temos telas e monitores de plasma, finos e elegantes, reduzidos simplesmente a imagem projetada e uma pequena moldura em seu entorno. Todos imaginam que em um futuro próximo, as telas serão, praticamente só a imagem, mas não... não se trata de um futuro próximo: a Fujitsu demonstrou seu *ePaper*¹¹, uma folha de papel transparente (como uma folha de acetato) que pode ser estimulada eletricamente polarizando *pixels*¹² (pontos em um monitor). Além de ser capaz de compor imagens tão nítidas como um monitor, estas imagens formadas por polarização, permanecem no papel por horas se assim for desejado. Não satisfeitos, o papel, como qualquer papel, é flexível e pode ser enrolado e guardado em um tubo como um velho pergaminho.

A tela também está substituindo o *mouse*. Para quê utilizar um dispositivo como este - que movimenta um ponteiro ao longo da tela - se poderíamos tocar¹³ diretamente na própria tela, ou até, com uma caneta, desenhar sobre ela? Praticamente todos os PDAs fazem uso deste tipo de tecnologia. Empresas de animação e ilustração possuem monitores (finos como os de plasma) onde seus profissionais podem pintar e ilustrar diretamente na tela, sem a necessidade de um *mouse*. Instituições de ensino já estão providenciando lousas digitais, onde se pode desenhar, marcar, apagar, copiar e colar, em uma tela de computador projetada como lousa, com o recurso de “pincéis atômicos” (canetas cuja tinta pode ser apagada, amplamente utilizadas em lousas de plástico).

Acessibilidade Remota

O sistema operacional Linux¹⁴ causa certa estranheza para quem está acostumado com a idéia de **computador pessoal**. Ao ligá-lo, o usuário é interpelado por um *login* e uma senha, mas o detalhe é que estes dados não

são entrados necessariamente pelo sujeito que está na frente do equipamento!

Conectado a internet, o computador está acessível remotamente a qualquer pessoa que possua sua senha. A dinâmica de seu sistema operacional é justamente esta: além de múltiplos sujeitos poderem utilizar o equipamento ao mesmo tempo, sem que um saiba da existência do outro, o computador não está mais acessível para aquele que estiver fisicamente mais próximo do equipamento; na verdade, um usuário situado no outro lado do mundo pode estar mais próximo e obter mais controle do equipamento, do que a pessoa situada na frente de seu monitor. O usuário acessa apenas um “terminal” do sistema operacional, uma abertura para que ele possa usufruir de recursos daquele equipamento, de acordo com a posição que ele ocupa na hierarquia definida naquele computador pelo seu administrador (o usuário que possui poder total sobre ele, e é autorizado a definir sua hierarquia de acesso).

Hoje isto não é mais exclusividade do sistema Linux. Todos os sistemas operacionais contam com recursos iguais ou semelhantes, porém, mantém ainda sua aparência de **computador pessoal**.

Com *softwares* como o VNC¹⁵, desenvolvido originalmente pela AT&T, qualquer pessoa pode acessar e utilizar seu computador através de outro computador, havendo uma conexão entre ambos e a internet. Se há uma planilha a ser alterada, ou um *download* que precisa ser feito em um computador que está localizado em outro lugar (até outro país ou outro continente), este computador pode ser utilizado plenamente, visualizado a partir de uma janela do computador que temos acesso naquele momento. Podemos contar com pouquíssimos recursos de um equipamento que está localizado a nossa frente, mas deter controle total sobre um equipamento que se localiza a quilômetros de distância, e que nos permite fazer o que precisamos ou desejamos.

(11) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/EPaper>

(12) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Pixel>

(13) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Touchscreen>

(14) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Linux>

(15) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/VNC>

Muito diferente das postulações McLuhanianas, que construíam este mundo em rede digital como próteses e extensões de nosso sentidos, nos permitindo ver o que acontecia em *New York* em 11/09/2001 sem estarmos lá, presentes, estas idéias de emulação do objetos concretos, desconstrução de aparatos e acessibilidade remota não são extensões de nossos sentidos: são as próprias coisas perdendo sua casca física, e transformando-se em alguma coisa outra.

2. De nômades/sedentários a nômades + sedentários

Até agora, a idéia de nomadismo opunha-se a idéia de sedentarismo, mas talvez, mais esta história venha a transformar-se.

Um computador ainda não é capaz de reproduzir fielmente o mundo que nos envolve. Não, ao menos, com os detalhes, a iluminação e a riqueza que ele possui. Também não são ainda capazes de criar reproduções quase-realistas, como as dos filmes hollywoodianos, em tempo-real, ou seja, na medida que navegamos nestes espaços virtuais, não se consegue desenhá-los. Todos os cenários e efeitos especiais utilizados em filmes, levam meses de cálculos e processamento para serem transformados em imagens.

Mas, um dia, este tempo será praticamente instantâneo. E devemos nos questionar o que sobrar de nossas cidades quando isto acontecer?

Nos locomovemos nos centros urbanos para, dentre outras coisas, nos inserir no sistema produtivo. É nele que produzimos bens e serviços, criamos riquezas, e estabelecemos grande parte das relações com outros sujeitos. A cidade nos serve como suporte material para que isto aconteça.

No entanto, no momento que tivermos a tecnologia para a reprodução do mundo material em um espaço virtualizado, para quê iríamos construí-lo? Se o que ocorre no chão-de-fábrica em uma indústria pudesse ser transportado para um espaço virtual de forma que fosse detalhadamente

reproduzido, e sua simulação em computador pudesse estar acessível para seus operários de maneira que estes pudessem alterar os painéis e controles ali reproduzidos, o que impede que estes controles simulados realmente controlassem as máquinas da indústria, e além, o que impede ao ambiente simulado ser mais agradável, mais limpo, mais belo, do que o ambiente real? O que impediria aos sujeitos habitarem um ambiente virtual sem saírem de suas casas, e deixarem desertos os ambientes materiais fétidos e concretos?

O espírito maquínico do homem imperfeito, que deseja tornar-se sistêmico e infalível como uma máquina, se transformará no desejo de tomar o mundo inventado uma correção ao imperfeito mundo real, como as esculturas gregas que talham o homem de traços e formas perfeitos como reflexo de um mundo como ele deveria ser, e não como ele efetivamente é.

Um mundo virtualizado seria o espaço onde não haveriam celulares, onde uma pessoa localizada a quilômetros de distância, ao ser chamada para uma conversa, poderia surgir imediatamente no entorno, sem que isto causasse qualquer estranhamento, ou que vozes pudessem surgir do nada, mesmo que não houvessem pessoas ao redor. Um mundo onde um “corpo” poderia ocupar vários espaços simultaneamente. Um mundo onde, quem sabe, a materialidade das coisas tivesse perdido de tal forma seu sentido, que falar de máquinas, corpos, e espaços, não fariam o menor sentido. Um mundo onde o corpo estaria de tal maneira desvalorizado, que não seria medida para a beleza, a sedução, nem tão pouco para o prazer.

Este delírio futurístico e apocalíptico - ou talvez platônico - foi explorado densamente por filmes de ficção científica, dentre eles, “The Matrix”. Se considerarmos que todas estas proposições são teoricamente possíveis (como era para Newton, no século XVII, teoricamente possível, lançar um objeto para além da estratosfera), e a idéia de um



computador possa eventualmente estimular nosso sistema sináptico de maneira a nos causar as sensações de toque, calor, frio, cheiros ou que possamos transmitir informações diretamente ao equipamento controlado a entrada de dados por nossos sistemas conscientes e inconscientes, o que impediria de transportar nossa experiência para um mundo inventado e subjetivo?

O filme de animação “The Animatrix”¹⁶, continuação descontínua e fragmentada da trilogia “The Matrix” aborda alguns destes pontos curiosos. Seus personagens habitam, muitas vezes, mundos inventados por eles mesmos. A sedução em abandonar o mundo real pela liberdade da imaginação está sempre presente. Curioso também é, em um de seus trechos, o momento quando uma máquina é domada e conectada na “Matrix”... questionam-se: “Como será que uma máquina vai entender um mundo virtual?”, no entanto, a resposta é breve: “Para uma máquina, todo mundo é uma virtualização”.

Mas, para que tratamos aqui destas reflexões ficcionais? Pois que esses pequenos delírios nos dão pistas sobre qual o intuito de toda essa desmaterialização ocorrendo em nossas vidas. Qual o seu propósito?

Paula Sibília, em seu “O homem pós-orgânico”, enfatiza que, de certo modo, existe um projeto em busca da imortalidade, e que estaríamos em uma cruzada por encontrar maneiras de nos desfazermos de nossa casca perecível - o corpo - e encontrarmos novas formas de permanecer existindo. Paul Virilio corrobora, demonstrando que se antes, todo o desenvolvimento tecno-científico estava destinado à conquista do espaço que existe além da estratosfera, agora, estes mesmos esforços se destinam ao corpo e ao que o constitui e lhe mantém vivo. Vivemos em um mundo sendo povoado por intervenções no que consideramos “humano”. Sem nos darmos conta, consideramos cada vez mais comuns “Implantes, transplantes, enxertos, próteses. Seres geneticamente

modificados. Anabolizantes, vacinas, psicofármacos. Estados ‘artificialmente’ induzidos. Sentidos farmacologicamente intensificados: a percepção, a imaginação, a tesão. Superatletas. Supermodelos. Superguerreiros. Clones. Seres ‘artificiais’ que superam, localizada e parcialmente (por enquanto), as limitadas qualidade e as evidentes fragilidade dos humanos. Máquinas de visão melhorada, de reações mais ágeis, de coordenação mais precisa. Máquinas de guerra melhoradas de um lado e outro da fronteira: soldados e astronautas quase ‘artificiais’; seres ‘artificiais’ quase humanos. Biotecnologias. Realidades virtuais. Clonagens que embaralham as distinções entre reprodução natural e reprodução artificial. Bits e bytes que circulam, indistintamente, entre corpos humanos e corpos elétricos, tornando-os igualmente indistintos: corpos humano-elétricos”¹⁷.

Diz-se que a história do homem é a história da busca por sua beleza e pela vida eterna entre seus semelhantes. Em um mundo ficcional como o descrito, a beleza deixa de ser sólida e fixa, e passa a ser constantemente mutável: passa a ser delimitada apenas pela moda. É possível que seu gene se encontre na revolução feminista: os temos e roupas masculinas possuem os mesmos cortes a décadas, enquanto que as roupas femininas mudam a cada estação - representações de subjetividade distintas; a transformação operada por tal revolução substituiu o valor estóico, sólido e constante, pelo desejo, o mutável e o inconstante. Perdeu-se nisto o referencial como belo - nada é belo, mas tudo *pode ser considerado* belo por um determinado tempo, em um determinado espaço, e logo deixará de ser; o ideal de beleza - antes fixo, estático e eterno - é então substituído pelo gosto coletivo - perecível, substituível... dinâmico. Na verdade, não é a beleza que passa a ter diversas faces, mas o conjunto de mudanças, reciclagens e rotatividades, todos em um ritmo frenético que se tomam o belo. Enquanto nós, os velhos

(16) In CHUNG, Peter; JONES, Andy; KAWAJIRI, Yoshiaki; KOIKE, Takeshi; MAEDA, Mahiro; MORIMOTO, Kôji; WATANABE, Shinichirô. *The Animatrix*. EUA, 2003.

(17) In Silva, Tomaz Tadeu da; Haraway, Donna; Kunzru, Hari; *Antropologia do Ciborgue*. São Paulo: Ed. Autêntica, 2000; Pg. 14.

homens da modernidade, apreciávamos o quadro e a imagem parada, nossos filhos se encantam com vídeo e com a beleza do conjunto de luzes que a cada trinta avos de segundo recebem uma nova configuração. A beleza é a sua dinâmica, sua velocidade.

O que diríamos então sobre a imortalidade? Neste futuro delirante, seria difícil explicar a uma criança por que chamamos os membros da Academia Brasileira de Letras de imortais?! Todo o esforço nas biotecnologias não visam apenas prolongar a vida humana, mas simplesmente impedir que ela termine. O Projeto Genoma não procura simplesmente curar doenças e aperfeiçoar os organismos para que sejam mais resistentes, mais belos e mais fortes, mas sim desvendar a própria chave da vida, e nos possibilitar a sua criação - o que dentro de uma perspectiva dialética significa: se formos capazes de criar a vida, seremos capazes de impedir a morte. Mas mesmo dentro desta idéia bizarra, a manutenção do corpo físico já deixou de ser vedete. Enquanto nós, pobres mortais, nos digladiamos nas academias para continuarmos jovens e belos, os mais astutos visionários já perceberam que o corpo está fora de moda. Veja-se que aquele discurso de fim de século sobre a tríade corpo-mente-espírito já está declinando para uma configuração mais sofisticada: saúde-mente-espírito. O corpo delineado perde espaço para o corpo saudável, no sentido que são aceitas suas imperfeições e a marca do tempo, desde que estejam saudáveis para a idade e para o contexto. Das tradicionais campanhas de cigarro dos anos 80 e 90 exibindo mulheres esculturais, passamos a exibição das belezas interiores, no grupo de amigos, na diversão e felicidade coletiva, na satisfação interior em lugar da beleza aparente. A cirurgia plástica, primeiro colocada como uma preocupação demasiada com o corpo, mas que logo após as primeiras aparições de pessoas deformando-se (desde um sujeito que modificou seu rosto para se assemelhar com um felino

até mulheres com enxertos de silicone tão grandes e pesados que causaram problemas graves de coluna) demonstraram ser na verdade o descaso com ele - não mais o corpo templo imaculado da sagrada alma, mas o corpo-ferramenta, útil mas gasto pelo uso e necessitando ser reformado como uma ferramenta de trabalho. Mesmo a cirurgia plástica já não é mais bem vista; os seios rígidos e imóveis vêm perdendo seu charme - até nos filmes pornográficos - mas as tatuagens, as mudanças de visuais, os brincos e piercings, as pinturas e cortes de cabelo, as ilustrações nas unhas e dentes, as lentes de contato coloridas, desenhadas e inusitadas - todas elas, transformações perecíveis e reversíveis que não procuram mais falar da aparência e do corpo, mas tão somente refletir o espírito, a personalidade do sujeito - estas estão em alta.

Eis que os mais astutos já perceberam isto também: na eternidade, o que é fixo e estático torna-se monótono e desinteressante. Já aquilo que é dinâmico, descartável e incessante... ganha brilho - e não há nada mais monótono do que um corpo que nos acompanhe, igual, a vida toda, quanto mais em uma vida sem fim. As suas transformações naturais são deveras tênues e sutis para o gosto imortal.

Estas formulações insanas são o futuro de uma prática presente. Se hoje, nossos imortais são aqueles cujos pensamentos se perduram ao longo das gerações, as biotecnologias procuram formas de manter estas consciências vivas, mesmo desligadas de seus corpos. Buscam desmaterializar a vida, pois separada do corpo que envelhece, ela poderia permanecer existindo, ou, ao menos, ser emulada por um computador cujo processamento fosse rápido suficiente para reconstruir todos os caminhos e processos feitos no cérebro humano. “É nesse contexto que surge uma possibilidade inusitada: o corpo humano, em sua antiga configuração biológica, estaria se tomando ‘obsoleto’. Intimidados pelas pressões de um meio ambiente



amalgamado com o artifício, os corpos contemporâneos não conseguem fugir das tiranias (e das delícias) do upgrade. Um novo imperativo é internalizado, num jogo espiralado que mistura prazeres, saberes e poderes: o desejo de atingir a compatibilidade total com o tecnocosmos digitalizado.”¹⁸

O surgimento da internet comercial inspirou uma imagem de que em pouco tempo estaríamos “navegando” por lugares sem sair da frente de uma tela de computador. Uma realidade-virtual. Hoje já se percebe que a comunicação digital é muito diferente desta idéia original de navegação por espaços virtuais, mas a idéia original continua a ser perseguida de uma maneira ainda mais revolucionária: não mais navegar em imitações computadorizadas da realidade na frente de um computador, mas tomar como realidade o mundo inventado e virtual onde o espaço e o deslocamento são coisas ultrapassadas. Aos poucos, vivemos cada vez mais mediatizados pelo computador.

Logo, fica a questão: as novas tecnologias procuram criar *interfaces* para a própria existência?

3. Interfaces

A noção original de *interface* vem da informática e das transformações que ela proporcionou ao mundo que vêm abalando nossa própria concepção sobre ele. A computação é naturalmente um campo racional e frio e que vem provocando amplas rupturas nas relações sociais. Levaram-se muitos anos para que as idéias de *interfaces* sofisticadas aparecessem. E levaram mais alguns para que o gosto mutante e os modismos comessem a integrar este espaço. Inicialmente partiram de alguns *softwares* que possuíam a habilidade de mudar de cara, trocar de pele no termo original [*change program skin*]. Esta idéia possui nítidas implicações com a metáfora da serpente que Gilles Deleuze atribuiu à Sociedade de Controle, mas não é este ponto que pretendemos discutir aqui.

Hoje na informática, toda a aparência de um sistema operacional¹⁹

(o *interface* primordial entre a máquina e o homem) pode ser alterada. Não falamos apenas de cores, mas de formatos, posicionamentos, ergonômias, etc. Alguns *softwares* possuem aparências de objetos, outros utilizam imagens de objetos concretos (e não mais signos) para auxiliar sua utilização. No fundo, continuam a receber dados, processá-los, fazerem cálculos e devolverem respostas, mas a *interface* entre a máquina e o homem se sofisticou. Incluiu-se nela o gosto, a moda, a mutabilidade, e a inconstância.

Na internet, esta idéia de mutabilidade começou com os *blogs*²⁰ e *forums*²¹, sob o termo de *customização*. Era então possível que cada usuário destas ferramentas de comunicação, devidamente individualizados e reconhecidos, pudessem fazer alterações em sua aparência da maneira que lhe conviesse, sem que estas alterações fossem visualizadas por outros usuários. Assim, cada usuário teria um espaço próprio, adaptado a suas necessidades e gostos, e os aplicativos que forneciam os processamentos e as funcionalidades passaram a ser separados da *interface* com o usuário, numa técnica conhecida como “programação em três camadas”. Com esta estrutura, a *interface* passou a ser intercambiável, e o processamento (cujo ritmo de mudança é sensivelmente menor) tomou-se independente dela.

Este mesmo processo é reproduzido nos diversos equipamentos anteriormente descritos; as idéias de desmaterialização e de *interface* estão mutuamente implicadas. A desmaterialização faz necessária uma *interface* para que seja possível a interpretação daquilo que foi transformado em dados/informação, e vice-versa.

A desmaterialização é uma operação na qual uma coisa é destituída de seu **meio**, sendo considerada apenas a sua **essência** como sendo a coisa, e tomado seu invólucro descartável. O jornal por exemplo, com a internet sofreu a desmaterialização; Ver o jornal hoje significa ler suas notícias em

(18) In Sibilla, Paula; O homem pós-orgânico - corpo, subjetividade e tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Ed. Relume-Dumará, 2002. Pg. 13.

(19) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Operating_system

(20) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Blogs>

(21) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_forums

qualquer meio que seja (no próprio jornal, na tela de um computador, no celular, ou impressas em uma folha a parte). O jornal foi reduzido a sua essência, e seu meio tornou-se descartável. O livro está caminhando para o mesmo destino. Tanto faz se encontramos o livro material na livraria, se temos seu texto em arquivo digital no formato PDF²², se o lemos diretamente em um website no formato HTML²³ ou se o ouvimos na forma de *AudioBook*²⁴ em um CD ou em um *walkman* de MP3²⁵. O meio foi substituído pela noção de *interface*. Ela é responsável apenas por materializar a **coisa** de uma maneira conveniente em um determinado momento - é portanto perecível, sujeita a sua própria obsolescência, e desmembrada da **coisa em si**. A *interface* pode ser modificada conforme a conveniência para que não mate a **coisa** em seu próprio envelhecimento: é a maneira que produzimos para tornar a essência eterna - descolando-a da casca perecível. O livro envelhece, mas não seu texto. Desmaterializado, o livro permanece eterno, pois não tratam-se mais de folhas de papel carcomidas pela umidade ou por traças, mas apenas de dados que serão interpretados e apresentados por um *interface* conveniente.

É necessário tecer alguns comentários para que a idéia de *interface* não seja confundida com um processo de re-significação:

Tomemos como exemplo as roupas que vestimos. Se algum dia elas serviram somente para cobrir-nos os pudores, isto aconteceu há milênios e durou pouquíssimo tempo. Em toda a história da humanidade, as vestimentas nunca nos cobriram, mas sim, nos revelaram... revelaram nossa classe social, revelaram nossa hierarquia, revelam nosso *status*, revelaram nossas filiações e vinculações, e hoje em dia tratam de revelar nossa personalidade, gostos e subjetividades. Seriam então as roupas uma de nossas *interfaces* com o mundo? No sentido estrito de *interface*, não, pois elas (*interfaces*) são produtos das tecnologias de

desmaterialização (ou também conhecidas como tecnologias digitais) em sua atuação de substituir o referencial de um signo, de algo concreto e tangível, para um comportamento, uma idéia, uma atitude, ou um valor, através de um processo também bastante específico; criando compatibilidade e portabilidade deste referencial enquanto dados que podem ser lidos e interpretados facilmente. Trata-se - obviamente - de um processo que insere ou transforma algo no campo simbólico, de uma forma peculiar.

As vestimentas podem sim tornar-se *interfaces* quando, por exemplo, forem capazes de receber dados sobre nosso “estado de espírito”, e responderem a eles. Será no momento que uma camisa se tomar amarela quando seu usuário estiver alegre, ou se tornar azul quando ele sentir-se triste, ou quando brilhar ao interpretar os dados de que existe animação em quem a veste ou tomar-se fosca ao interpretar melancolia, que a camisa será enquadrada como um *interface* (seja a medição feita por processos invasivos ou não). Neste momento, a camisa-coisa (e não o signo “camisa” - a palavra, a idéia...) passa a ser também um dispositivo de interpretação de dados. A camisa deixa de ser objeto de cobrir ou objeto de significação de *uma mensagem apenas*, e passa a um mero leitor, um *display* que pode informar diversas mensagens para qual esteja programada, como “estou feliz”, ou “sou antipático”, ou “estou carente”. A **mesma camisa**, vestida por pessoas diferentes, irá responder mensagens diferentes. Ao contrário de uma camisa como a conhecemos, que significa por si alguma coisa (uma camisa rasgada significa “*sou punk*”, uma camisa com corte arrojado significa “sou ultra-moderno”, etc...), a *camisa-interface* não significa absolutamente nada, ela apenas lê. Como a camisa, o automóvel pode ser capaz de interpretar estes mesmos dados, a residência, os eletrodomésticos, a decoração, todos como *interfaces* podem interpretar e dar

(22) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/PDF>

(23) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/HTML>

(24) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Audiobook>

(25) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/MP3>



respostas adequadas aos dados que receberam. A residência pode, por exemplo, ajustar a iluminação para criar um clima mais confortável, ajustar a temperatura para um valor momo e selecionar uma música conveniente ao “estado de espírito”.

As interfaces possuem propriedade não muito familiares ao campo da filosofia: **portabilidade**²⁶ e **compatibilidade**. Além das possibilidades de associação e sobreposição (como os websites *meshUp*, onde *interfaces* como o *google maps*²⁷ são misturados com interfaces de outros sistemas resultando em um website dinâmico totalmente novo, como sistemas de encontro e namoro que localizam as pessoas nos mapas digitalizados) e as propriedade de comutação (substituição de uma *interface* por outra), a portabilidade e a compatibilidade são oriundas da computação: ao se transformar o código lógico de um programa (compreensível para uma pessoa) em código de máquina (compreensível por um computador), realizamos uma **compilação**. A **compilação tradicional** formula um código interpretável unicamente para um tipo de sistema e processamento, e não pode ser transportado para outros sistemas que não mantenham com ele a **compatibilidade**, ou seja, realizem aqueles processos da mesma maneira sejam em uma condição normal, ou em uma condição especial para manter esta **compatibilidade**. Já as tecnologias mais recentes são capazes de compilar códigos de maneira que se adaptem exatamente como são ao funcionamento de qualquer sistema, independente de como ele realize seus processos. Falamos então que eles são **portáveis**, pois podem ser transportados de um sistema para outro sem a necessidade de serem re-compilados.

Para fazer a distinção no campo simbólico da **coisa** desmaterializada em relação aos signos sem referentes concretos (as idéias, os valores, o imaginário, as invenções, etc...), tomemos mais um exemplo, como as criaturas que sofrem metamorfose. Uma

taturana em seu ciclo de vida se transforma em borboleta. Veja que, por estarmos saturados no campo simbólico, possuímos representações diferentes [taturana/borboleta] para a mesma criatura. Atribuímos um imaginário diferente para cada uma delas, criamos um universo simbólico diferente associado a cada uma das duas idéias. No entanto, haverá - quem sabe — um dia que seremos capazes de entender que se trata da mesma criatura. Neste dia, ela terá sido desmaterializada, uma vez que conseguirmos reduzi-la a sua essência - vê-la tão somente como um DNA singular - e entender que as formas que adota ao longo de sua vida são somente *interfaces* diferentes interpretando este mesmo código genético que lhe permitem corpos-possibilidades diferentes de uso [rastejar/voar/qualquer outra possibilidade que esteja contida em seu DNA, mas que por qualquer motivo não se torna efetiva]²⁸. A desmaterialização é uma forma de transformar o campo simbólico (de maneira diferente de um processo de re-significação), e quando transformamos o campo simbólico, transformamos automaticamente a **coisa** (uma criatura *borborana*). Mas a atuação da desmaterialização é no sentido oposto: ao invés de construir um **conceito**, ela **tenta** desmontá-lo. Nossos aparelhos celulares, como *interfaces* que se tornaram, são compatíveis como sistemas GSM²⁹ ou compatíveis com sistemas CDMA³⁰; Nossos computadores são compatíveis com sistema operacional Windows³¹ ou com MacOS³²; Nossas futuras roupas e carros mutantes serão compatíveis ou não com os processos de leitura de nossos “estados de espírito” ou até compatíveis ou não com os sujeitos que estão utilizando a vestimenta. Já alguns outros *interfaces* - como celulares tri-band e quadri-band - são capazes de se adaptar em qualquer instância, funcionando em qualquer lugar do mundo, logo, são portáveis. Estas propriedades de **compatibilidade** e **portabilidade** funcionam até o nível simbólico e conceitual da **coisa**.

Da mesma maneira, não podemos

(26) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/Porting>

(27) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Google_maps

(28) Este é um exemplo grosseiro com a intenção apenas de ilustrar o conceito de desmaterialização e interface. Sabe-se que a metamorfose de um animal não é uma interface, uma vez que a criatura em si não pode escolher e trocar de forma a hora que desejar. Seu corpo - ainda - não é algo descartável.

(29) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/GSM>

(30) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/CDMA>

(31) Mais detalhes em http://en.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Windows

(32) Mais detalhes em <http://en.wikipedia.org/wiki/MacOS>

confundir a re-significação de um aparato com sua desmaterialização. Quando temos um aparelho celular e uma máquina fotográfica (dois objetos e dois signos distintos), e fundimos os dois aparelhos em um só, não estamos desmaterializando nada nem criando *interfaces* novos; estamos apenas re-significando algo: criando novas palavras, novos usos, novos imaginários, novos conceitos, novos significados para este equipamento que permanece sendo tanto máquina fotográfica quando celular. Já, ao tratar de um rádio automotivo capaz de interpretar dados MP3, e um celular também capaz de interpretar dados MP3, estamos falando de uma mesma **coisa**, aparente em dois *interfaces* distintos. Vale ressaltar que, como estamos submetidos à um regime simbólico “antigo”, cuja atuação destes processos de desmaterialização não foram vertiginosas, tendemos a olhar o celular e o rádio automotivo como **coisas** distintas, mas eles são na verdade a taturana e a borboleta. Conforme a atuação das tecnologias e dos processos digitais for se tomando mais intensa, tenderemos a observar as **coisas** pelo “seu DNA” - a **coisa** pelo que ela é, e não pelo fetiche proporcionado por sua forma e aparência ou pela idéia de substância ou qualquer alma transcendental que a herança platônica nos diga que a coisa ou o **ente** possuam como essência. Logo um jovem, ao ligar um computador, irá se impressionar muito pouco com as diferenças de formato, de cor, de ergonomia, de localização em um *software*, vendo pouquíssima diferença entre computadores com sistemas operacionais Linux, Windows ou MacOS ou entre as peculiaridades de suas *interfaces* gráficas, uma vez que tratam-se todos de um conjunto de processadores capazes de realizar cálculos e processamentos, transformando-se em ferramentas para usos específicos. Ou um transeunte irá impressionar-se muito pouco com a imponência dos edifícios em seu entorno, seus panos de vidro sem caixilhos, seus elevadores panorâmicos,

suas entradas monumentais... As primeiras (e imaturas) críticas pós-modernas sobre a arquitetura moderna a compararam a um “pato” cujos “detalhes” lhe foram roubados: lhe foi tirado seu bico, sua cauda, suas penas - tudo aquilo que lhe qualificava como “pato”. O edifício moderno foi considerado uma construção sem identidade e sem identificação; deixou de ser referência urbana das atividades e práticas que se realizavam nele e naquele lugar da cidade quando todos os edifícios se tomaram iguais, padrões e produzidos com valores e sentidos mais abstratos. Mas agora podemos ver que esta crítica é superficial, uma vez que a mesma pós-modernidade que reclama pelo “bico do pato”, também é a pós-modernidade que reduz o “pato” a seu DNA, sem penas, sem bicos, sem caudas. A singularidade do “pato” é aquilo que ele compartilha com todos (sua essência no código genético), e sua distinção uma pífia parcela (mas totalmente estrutural) de cromossomos que o distingue do resto dos animais.

Na comunicação, o processo tende a ser o mesmo. Possuímos diversos suportes para uma mesma mensagem: a publicidade usa de *outdoors*, propaganda em TV, propaganda em rádio, anúncios em revistas, etc... e todos eles procuram passar a mesma mensagem. A mensagem já faz parte do mundo simbólico (por ser apenas uma idéia), mas o suporte não. Ele é material, concreto, fixo. Começamos a ver uma transformação nisto quando, ao invés de termos *outdoors* nas grandes avenidas, temos telões eletrônicos. O telão nos remete ao mesmo signo que o *outdoor* (uma lacuna vazia para colocação de propaganda; que varia conforme a época; de grande dimensão para ser avistada a longa distância), no entanto, a peça de mídia que é produzida para o *outdoor* é única e feita exclusivamente para ele (não pode ser reaproveitada em outro suporte), enquanto que a peça de mídia que é produzida para o telão pode ser interpretada também pela TV, pela tela de cinema, pela publicidade on-line, pela tela do celular, e com um pouco de

“boa vontade”, até pelo rádio (mesmo com perda da imagem o sinal de áudio pode ser interpretado). Conforme for a atuação das tecnologias de desmaterialização, não se produzirá mais nenhum tipo de peça de comunicação fixa e estática como a comunicação impressa: o *ePaper* (comentado anteriormente) é como uma tela de computador, e dispensará o papel; os *outdoors* serão substituídos por telas de vídeo, e o rádio e TV serão transformados em outra **coisa** com recepção/interpretação de sinais digitais. O suporte deixará de ser suporte, e se transformará em *interface*; a idéia de *outdoor* soará estranha — talvez ridícula —, e de difícil compreensão para uma criança nascida neste tipo de ambiente. Isto significará que o signo “suporte” fora transformado, e o “suporte”-coisa possuirá muito pouco em comum com aquilo que nós conhecemos. Talvez o período de transição que vivemos tome essa questão ainda mais difícil: como explicar então que uma imagem é produzida através de um computador em formato digital, para ser transformada em fotolito, posteriormente em uma chapa inserida em uma máquina que tenta mecanicamente reproduzir com tinta os *pixels* desenhados na tela?

O deslocamento de suporte para *interface* na comunicação se dará por completo no momento que a mensagem lhe for passada enquanto *dados*, e o próprio *interface* souber o quê e como deve se montar visualmente para interpretar esta mensagem. Neste ponto teremos exatamente a mesma mensagem-dados sendo transmitida para um telão em uma grande avenida e para um celular, e o *interface* saberá se diagramar e contextualizar com imagens e formas adequadas para persuadir apenas uma pessoa ou uma multidão. Desmaterializar os Meios de Comunicação significa estirpar todo o processo produtivo e todas as atividades correlatas que ocorrem em seu entorno, e reduzi-los a aquilo que eles se pretendem a fazer: persuadir. Tornar-se-ão apenas o dispositivo de

persuasão cujos *interfaces* poderão ficar obsoletos, desatualizados e incapazes de seduzir; poderão, no entanto, ser facilmente substituídos por versões atualizadas, mais sedutoras e mais eficientes, sem que matem com isto, a mensagem ou os próprios Meios de Comunicação como dispositivo de persuasão.

As transformações resultantes destas novas tecnologias provocam possibilidades em todos os sentidos: podem desconstruir signos e formas herdadas de interpretar o mundo, assim como podem tomar-se os filtros e a única forma de contato com ele. Portanto, para analisar qualquer processo que envolva as questões tecno-científicas da atualidade, faz-se crucial o expediente intelectual legado por dois autores de grande renome, mas que estranhamente não estão sendo utilizados, principalmente por aqueles que estão diretamente ligados aos processos de produção tecnológica: Gilles Deleuze e Jacques Derrida. Em específico no primeiro, as questões ligadas a sociedade de controle, e como as tecnologias transformaram (e continuam transformando) nossa sociedade, e porquê. Já Derrida - que gostaríamos de salientar, pois é completamente desconhecido no expediente de quem operacionaliza estas novas tecnologias - nos deixa o legado do **desconstrutivismo**. “Com Derrida, a subjetividade dissolve-se na textualidade. O ‘sujeito’, se é que ele existe, não passa de simples inscrição: ele é pura exterioridade. Não há lugar, aqui, para qualquer ‘teoria do sujeito’ ou ‘filosofia da consciência’”³³. Tudo que abordamos desde o início até o fim deste artigo, não passa de um processo de desconstrução! Ou seja, as formas pelas quais os conceitos são desmontados de sua cadeia de significação para permanecerem em aberto e passíveis de novas construções. A desmaterialização e os *interfaces* são a prática do desconstrutivismo atuando na vida cotidiana, e ao mesmo tempo, passando despercebidos por ela.

(33) In Silva, Tomaz Tadeu da; *Pedagogia dos Monstros*. São Paulo: Ed. Autêntica, 2000. Pg. 16.

Bibliografia do artigo

DOWNES, Larry & MUI, Chunka. **Unleashing the Killer App - Digital Strategies for Market Dominance**. Havard Business School: 2000.

SIBÍLIA, Paula. **O homem pós-orgânico — corpo, subjetividade e tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Ed. Relume-Dumará, 2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da; HARAWAY, Donna; KUNZRU, Hari.

Antropologia do Ciborgue. São Paulo: Ed. Autêntica, 2000.

_____. **Pedagogia dos Monstros**. São Paulo: Ed. Autêntica, 2000.

WIKIPEDIA —The free encyclopedia. <http://www.wikipedia.org>

Filmografia

WACHOWSKI, Andy; WACHOWSKI, Larry. **The Matrix**. EUA, 1999. 136 minutos.

CHUNG, Peter; JONES, Andy; KAWAJIRI, Yoshiaki; KOIKE, Takeshi; MAEDA, Mahiro; MORIMOTO, Kôji; WATANABE, Shinichirô. **The Animatrix**. EUA, 2003. 102 minutos.

Entrevista com Esther Hamburger e Roberto Moreira

A TV que construímos*

As práticas de televisão no Brasil chegam aos seus cinquenta anos. Uma idade madura, poder-se-ia dizer, mas também uma história recente, com certeza. Ainda se conhece pouco sobre os caminhos andados, mas, sobretudo, tem-se acumulado muito dispersamente a visão crítica dessa caminhada.

Esther Hamburger e Roberto Moreira são hoje dos poucos pensadores brasileiros pesquisando o significado dos meios audiovisuais. Doutora em Antropologia na Universidade de Chicago, Esther é um dos principais nomes na análise da recepção do conteúdo veiculado atualmente na televisão brasileira. Roberto é cineasta formado pela Universidade de São Paulo, e tem sua pesquisa voltada para a análise e criação da dramaturgia audiovisual.

Nesta entrevista ambos expõem suas referências na pesquisas sobre televisão, debatendo importantes questões teóricas. Além disso, discutem as razões para a falta de modelos teóricos para a televisão brasileira, cuja história é pouco analisada. Ao trazer essa discussão, apontam linhas importantes para a construção de um pensamento sobre o papel da televisão na história brasileira dos últimos cinquenta anos e sua consolidação como instituição de nossa sociedade.

* A presente entrevista foi publicada pela Revista Novos Olhares, n. 06 de 2000. É aqui original e integralmente produzida na perspectiva de atualidade que significa.

Esther Hamburger é Doutora em Antropologia pela Universidade de Chicago e professora junto ao Departamento de Cinema Rádio e TV, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Roberto Moreira é Mestre em História da Arte pela UNICAMP e professor de dramaturgia junto ao Departamento de Cinema Rádio e TV, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

(01) Adorno, Theodor W. Dialética do esclarecimento :fragmentos filosóficos /Theodor W Adorno, Horkheimer Max; Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

NO - Como podemos situar a TV como meio que reforça ou nega a teoria frankfurtiana da comunicação?

RM - Posso comentar um artigo de Adorno sobre a TV, dos anos 60, *A Indústria Cultural Revisitada*. Adorno, desde *A Dialética do Esclarecimento*¹, identifica um processo de racionalização progressiva da sociedade. Todas as relações sociais passam a ser cada vez mais administradas, submetidas a uma racionalidade prática, à razão instrumental. O problema é pensar que a subjetividade do espectador pode ser tão determinada pelo processo de produção. Não é fácil aceitar que todo o processo da Indústria Cultural seja tão racional, que englobe dentro de si a própria subjetividade do espectador de modo tão programado, pré - determinado. Podemos entender que Adorno está falando depois de ter

passado pela experiência do nazismo, depois de ter vivido a violência da propaganda hitlerista e que, em seguida, ter ido parar nos Estados Unidos, onde também este processo autoritário é intenso nos anos 50, no pós-guerra e já antes. Seu ponto de vista é mais do que compreensível, eu diria mesmo que foi uma das mais lúcidas críticas do mundo moderno. Mas tenho a impressão que Adorno superestimou a racionalidade do processo. Não é tão racional. Se fosse, a indústria teria mecanismos para conseguir produzir o sucesso, mas isso não é verdade. O sucesso sempre é indeterminado, ele é muito aleatório. Por mais que os produtores até possam achar que são capazes de fabricar um *hit*, eles não o são de fato. Podem até pensar que conseguem racionalizar este processo, fazendo pesquisas de opinião, aferindo as demandas do espectador. Mas, daí a

dizer que o produtor é capaz de produzir e responder, de uma maneira homogênea, de uma maneira toda funcional e racional aos dados da pesquisa, não me parece convincente. Tenho a convicção de que existe um espaço irracional, indeterminado, que não se dobra à racionalidade industrial.

NO - E a maioria dos produtores pensam desta maneira?

Esther Hamburger - Eu acho que a maioria dos produtores tem esta noção da indeterminação do sucesso porque eles estão o tempo todo tentando adivinhar o que dá certo. Eles sabem que não sabem. Adorno, em *Indústria Cultural Revisitada*, é visionário quando descreve o funcionamento da Indústria Cultural. Ele descreve mecanismos que ainda, tantos anos depois, norteiam a Indústria. Estes mecanismos procuram justamente criar o que ele chama de “empatia”, se apoiar na catarse. Os produtores também usam estes termos que, curiosamente, apelam para um espaço de irracionalidade, e não de racionalidade. É emoção, empatia, continuidade, o contrário do projeto de Brecht, do Teatro Épico. Adorno descreve isso de maneira visionária, mas o que ele não vê é a dinâmica própria deste processo, que é, justamente, indeterminada. No argumento de Adorno não tinha espaço para isto.

NO - E qual o papel da teledramaturgia nestes mecanismos da Indústria Cultural?

RM - Acho que o intelectual, quando aborda esses meios de comunicação, dá aos meios um poder que eles não têm, até porque assim você enobrece sua atividade de crítico, de analista. Então a TV passa a ter uma dimensão, uma capacidade de influência e de formação da sociedade que, sinceramente, é um pouco exagerada. Ela não é tudo isso. A sociedade tem determinações próprias que se manifestam através da televisão. Eu não acho que o viés totalitário de uma sociedade seja resultado da manipulação dos meios de

comunicação. Mas sim que a tradição autoritária de uma sociedade emerge através dos meios de comunicação. Acho que TV é mais um sintoma do que uma causa. Você pode ver de forma muito clara, através da televisão, quais são as mazelas, os conflitos e as dificuldades de uma sociedade. Por isso não acredito que a TV seja capaz de transformar o processo cultural. Infelizmente não funciona assim, porque seria muito fácil, era controlar as televisões que o gosto do público se transformaria. Não acontece isso. O gosto e a consciência do público aparecem dentro da TV. E isso é muito desagradável de se aceitar, porque a televisão devolve um retrato da sociedade que é terrível. Você ter que olhar a televisão e aceitar que o que está passando nela é parte da sua cultura é difícil. Cada cultura tem sua configuração e ela vai privilegiar um formato, um tipo de comunicação ou outro. Na Itália, por exemplo, ficam só falando na televisão. Antes de passar um filme tem debate sobre o tema do filme, depois do filme tem outro debate sobre o filme. O filme é um pretexto para as pessoas ficarem debatendo, e isso é a cara da cultura italiana. Tudo é falado. A TV lá é quase um rádio ilustrado. Então, se no Brasil a teledramaturgia tem uma importância tão grande, acho que tem a ver com as determinações culturais do país.

NO - Então, o papel da teledramaturgia é ser o espelho de nossa sociedade?

EH - Eu acho que a TV não é um ente que paira acima da sociedade, manipulando por fora. Pensar assim é um erro que, simplificando muito, tanto os frankfurtianos quanto os estudos culturais cometem. Porque não existe só o lado de superestimar o produtor. Você também pode cair para o outro lado, o lado do receptor, e ver a TV com a mesma externalidade, como uma coisa que está ali, fora, à qual o receptor resiste. Nesta visão a televisão continua de fora. “Espelho” também é uma idéia esquisita: Lazarsfeld, na linha americana, vê a TV e os meios de



comunicação como expressão do que eles chamam de “consensos”, estabelecidos na sociedade preliminarmente. Você teria consensos estabelecidos e os meios de comunicação vão falar destes consensos. Eles seriam neutros pois se limitariam a expressar-se. Acho que nestes três vieses temos a mesma idéia, de que o meio de comunicação está fora. Ou ele está fora respeitando um consenso estabelecido, ou ele está fora dominando e manipulando, ou ele está fora e está sendo resistido. Acho que o que tem de ser desvendado são os mecanismos dos meios. Eles são parte intrínseca da sociedade, e a questão é saber como se constitui esta parte intrínseca. A teledramaturgia se insere de uma forma ou de outra em cada lugar específico. No caso do Brasil, a novela se tomou o programa mais assistido, mais popular da TV e domina o horário nobre; já as parentes da novela nos Estados Unidos, as *soap operas*, nunca ocuparam o horário nobre. Acho que prestar atenção à estas questões é importante para entender os mecanismos dos meios de comunicação. Devemos pensar que o fato da novela ir ao ar no horário nobre e ser o programa mais assistido não é uma coisa que alguém determinou. Até o final da década de 60 as novelas não eram os programas mais assistidos. E o fato de a telenovela ter se tomado o programa mais assistido tem a ver, no caso do Brasil, com o endurecimento político, com a censura dos programas de auditório que iam ao ar ao vivo e eram considerados de baixo nível. Foi em nome da qualidade e de uma importância estratégica que se atribuía à televisão como um potencial veículo de integração nacional que a novela passou a ter mais relevância. Mas, que a novela fosse realizar esta integração nacional ninguém imaginava. Quem um dia teria esta idéia: ‘Vamos discutir o Brasil nas novelas’? Ninguém nunca planejou isso. Foi uma coisa que foi acontecendo e que hoje em dia parece muito natural. Na nossa experiência a novela sempre foi o programa mais assistido, e nos últimos tempos ela

recorrentemente trata o Brasil de uma maneira explícita. Fica parecendo que sempre foi assim. Mas a questão é entender por que se tomou assim.

NO-A TV é um espaço de negociação social?

EH - Acho que “negociação” é um termo que precisa ser contextualizado, porque ele dá uma idéia de que existem forças que estão sentadas e negociando uma agenda. Isso não acontece na novela. Às vezes acontece, quando há um conflito, como a questão racial. Temos o movimento negro pressionando a Globo, temos negociação. Mas não é o que acontece no dia-a-dia. O que acontece é: como a novela é folhetinesca, está sendo feita a medida que vai ao ar, ela comenta muitas das coisas que estão rolando (isso é o que, para mim, diferencia a novela brasileira). Então ela absorve muito do que acontece na sociedade, mas não há mecanismos definidos (e nem estou defendendo que existam) para a negociação. O público filtra o que entra ou não na negociação. Quanto aos autores, cada um tem seu método de criação diferenciado. Inevitavelmente, cada autor tem um interlocutor, que pode ser, por exemplo, as pessoas mais próximas da sua vida, do seu cotidiano. Tudo isso define como a novela vai expressar os assuntos que ela capta da sociedade.

RM - Em termos dramáticos, dizemos “negocia” quando o produto audiovisual dá certo. Se há conflito, que é o que movimenta a dramaturgia, para ele ser real, para dizermos que há uma negociação simbólica, ele tem que ter efetividade social, ser, de alguma maneira, reconhecido dentro da sociedade. Mas isso é raro. No caso da teledramaturgia brasileira das décadas de 70 e 80, podemos dizer que ela tinha uma presença, uma capacidade de mobilização da sociedade, de catalisação das questões sociais que na década de 90 já perdeu, em grande parte. Hoje a dramaturgia da televisão está muito mais asséptica, muito menos problematizadora - o que não quer dizer que está menos realista, não



é esta a questão. Temos conflitos menos intensos, está tudo mais homogêneo, a TV regrediu para um monte de clichês e convenções. Aí não podemos dizer que a teledramaturgia é um espaço de negociação, de conflito. Está sendo espaço de reposição, reafirmação. No momento em que a TV consegue ter esta inserção, catalisar a sociedade, significa que ela conseguiu pegar em alguns pontos que são significativos. Quanto mais ela se distancia de questões reais e vai mergulhando nas convenções melodramáticas tradicionais, mais ela se restringe a ser um espaço de reposição, sem nenhuma capacidade de transformação.

NO - Houve realmente uma grande mudança na teledramaturgia brasileira dos anos 80 para os 90?

EH - Acho que mudou. No Brasil, principalmente nos anos 90, houve uma diversificação com a TV a cabo e a disseminação do vídeo. A TV, e dentro dela um canal, perde o monopólio que tinha antes. Durante os vinte anos anteriores havia um canal monopolista. A existência de um canal que chamava a atenção de gente dos mais diversos lugares do país, das mais diversas classes sociais, o que é uma coisa muito rara. Era isso que dava este potencial tão forte, esta capacidade de perturbar que a TV brasileira tinha. É uma coisa muito perversa, porque a TV a cabo entra no país e é restrita a uma parcela da sociedade que busca nela uma alternativa de ser chique. É chique ver TV a cabo. Acho que é muito mais por este motivo do que qualquer força que a teledramaturgia estrangeira tenha.

RM — A teledramaturgia estrangeira praticamente não existe na TV aberta, é muito fraca. Eu me pergunto se o problema não é a própria dinâmica cultural do país. Você percebe que, no Brasil, nas décadas de 70 e 80 era difícil e tortuosa a possibilidade de expressão porque havia a ditadura com sua censura, mas os conflitos estavam lá. De um modo ou de outro você tinha um comunista escrevendo a novela das oito. Isto é um conflito, dentro de uma sociedade autoritária. E isso emerge de

algum jeito da dramaturgia. Hoje, qual é o conflito? Há um empobrecimento desta capacidade de interpretação, de discussão, de definição de papéis, a gente está num momento em que as cartas estão muito embaralhadas. Então, o que é o mais fácil? Dar um passo para trás, regredir para convenções. Estamos vivendo esse processo cultural e acho bem complicado conseguirmos fazer um diagnóstico.

EH- Acho que é um momento em que a sociedade está se transformando de uma maneira profunda e ninguém tem muita idéia do que está acontecendo. Com a fragmentação de tudo, até do Estado... a questão é: será realmente possível termos um espaço na televisão que represente o Brasil da maneira que tivemos durante vinte anos? Não sei se isto ainda é possível.

RM - Eu sempre penso na questão do aborto. Quantas pessoas morrem por causa do aborto no Brasil? O aborto é praticado por toda a sociedade brasileira, de maneira selvagem tanto nos espaços populares quanto em clínicas sofisticadas. E qual o programa de televisão que falou do aborto? Me lembro de um episódio da mini-série *Mulher* que, coitados, ficaram tão atrapalhados por causa da Igreja Católica que eles não conseguiram tematizar o aborto. Quer dizer, mexer com o conflito, transformar a TV em uma arena onde são pautados os diferentes pontos de vista no interior da sociedade é uma operação complicada. E, hoje, a teledramaturgia não consegue isso. Sua programação é asséptica, anódina, parece que assistimos a um institucional. Isso não é boa dramaturgia.

NO - Então a TV foi um espaço de integração?

EH - Espaço de integração, a TV foi e ainda é. De certa medida ela realizou a integração nacional. Só não realizou de acordo com a política de integração nacional do regime militar. Essa política militar é um dado no processo, não sintetiza o processo. **Há** outros dados a serem considerados: os autores, que eram de esquerda, o



desenvolvimento do mercado consumidor, os publicitários e suas pesquisas de mercado... Tanto que a integração nacional não se realizou através das novelas de época, das adaptações literárias, nem do *Jornal Nacional*, que foi virando cada vez mais uma *Voz do Brasil* (neste período 70/80 principalmente). Teve negociação com a censura, com os movimentos, com a Igreja. A questão racial é um exemplo. Falar em questão racial é falar em identidade nacional) e é por isso que, seguindo a linha de evitar o conflito, entendendo “conflito” como conflito político, evita-se estes temas que são tabus e outros temas encontram espaço para se desenvolver, que são temas vistos como não políticos, como por exemplo a questão da mulher: a questão da mulher trabalhar fora, ter direito ao prazer. O escopo de atuação da mulher foi aumentando nas novelas ao longo dos anos talvez, entre outras coisas porque esta questão não era vista como questão política, encontrando mais espaço para se desenvolver.

RM - Você não acha, Esther, que pelo fato de a política ser vedada houve uma politização, nas décadas de 70 e 80, destas questões laterais? Um pouco comendo pelas bordas? Por exemplo, o Dias Gomes, fazendo o *Bem Amado*, comenta o coronelismo, as estruturas tradicionais de poder do Brasil, mas tudo escondido numa cidade mítica, muito fora da realidade. Enquanto você tinha o governo autoritário, você usava esta cobertura simbólica para passar o seu discurso. Sai o governo autoritário, estamos numa sociedade democrática. Então é preciso falar diretamente destes conflitos.

EH - Não há um interlocutor óbvio com o qual você se degladia. Há esta fragmentação em que se perde a interlocução. No fim da década de 80, (a censura foi até 88 nas novelas) as novelas já são meio ambíguas, com o modelo se desmanchando. É como se tivesse chegado ao ápice, com *Roque Santeiro*, *Vale Tudo*...

RM - Fico imaginando o seguinte: não tem mais o militar, não tem mais a sociedade autoritária, mas ainda existe

a classe dominante, uma sociedade de classes muito desigual e bastante perversa. Falar destes conflitos, pautar estes problemas de verdade, parece ser uma dificuldade. A televisão norte-americana pauta questões polêmicas no prime time, eles estão constantemente pautando o conflito, parece que é pautado, que se está lendo um manifesto, um conflito jurídico, os ingleses também. Mas isso não acontece no Brasil. O que acontece no Brasil? Por que é tão despolitizado? Se a gente pensa na corrupção... Quer uma coisa que mobilize mais a sociedade brasileira do que isso? E por que a dramaturgia não incorporou esse problema?

EH - Mas acho que incorporou antes. Eu acho que a mídia, antes do que um espaço de negociação, é um espaço de antecipação, ela antecipa questões que estão latentes, por exemplo, *Roque Santeiro* já era uma novela sobre corrupção, *Vale Tudo* é sobre corrupção. Talvez tenha sido a primeira vez que a corrupção foi abordada de maneira explícita num espaço público, depois da ditadura. E aconteceu não no jornal, aconteceu na novela. E hoje este tema já está superado pra novela. É engraçado como as pessoas tendem a enxergar as coisas que vêm de fora, de Hollywood, desta “máquina maldita”, como as responsáveis por produzir este imaginário. Mas não é, pois tem uma dinâmica muito intensa que é de captar coisas que estão latentes. Captar bem o que está latente é um critério jornalístico. Captar as coisas antes delas acontecerem, depois não interessa mais.

NO - Esther, há algumas questões que não são diretamente relacionadas com a política, como o direito da mulher, a mulher ter o direito ao prazer, que aparecem e são bem negociadas...

EH - Mas eu não sei se elas são bem negociadas. Elas são expostas. Não há uma agenda do movimento feminista. Será que o movimento feminista concorda com a forma pela qual a mulher é representada? Certamente não concorda.

RM - Não, mas a mulher brasileira, de um modo ou de outro concorda ou se sente afetada...

EH - Mas o que eu quero dizer é que a televisão não está atendendo a um projeto. O que ocorre é uma diluição, pega algumas questões que vêm daqui outras questões que vêm dali, mas não aponta para nenhuma alternativa e nem está lidando com nenhuma relação de gênero propriamente dita, o que está é permitindo à mulher mais espaço. Mas não está problematizando a relação dela com o homem, o que permite é uma discussão.

RM - Mas você está com um ponto de vista sociológico. Por que se a gente for pensar do ponto de vista dramaturgício, existe uma negociação, o conflito se resolve para um lado ou para o outro, alguém ou morre ou se realiza, alguém ganha ou alguém perde.

EH - Mas mesmo do ponto de vista dramaturgício, você acha que aponta para alguma alternativa de modelo? Eu vejo mais como um desmonte do modelo de família patriarcal e da figura do coronel. Mas, mesmo assim, não aponta para nenhum outro modelo de família...

RM - Eu concordo, mas são dois níveis que devemos identificar bem. E aí que deve-se ter uma reflexão importante sobre o gênero: como o gênero pode ser um espaço de negociação? E como é que essas forças se interagem no material da dramaturgia? No fim, há uma resolução: alguém é punido, alguém é recompensado, senão fica em aberto, e ficando em aberto para o espectador é uma sensação terrível. Nem que você fique a novela inteira discutindo, discutindo, discutindo, no último capítulo casa, morre, é exilado ... No último capítulo, as coisas se resolvem. Então o que tinha de ser feito é estudar esta resolução. Esta resolução é precária ou efetiva? O que fica da resolução desta novela? Não da novela em geral, dessa novela em especial? Como ela se insere nas tradições do gênero? O que há de repetição e de novidade? O que, naquele momento histórico muito determinado, aquela situação específica aponta? No fim de

Vale Tudo, a vingança de Gilberto Braga aponta para quase nada, é uma intervenção absolutamente pessoal de Gilberto Braga. Já o final de *Irmãos Coragem* aponta para algo que vai além do texto. Então, o que deve ser estudado é a dinâmica dos textos. Não há uma teoria da televisão no Brasil, pois a televisão vira este fetiche, sobre o qual o intelectual joga um monte de ansiedades e expectativas, mas sobre o qual conhece pouco. Ele não viu a novela inteira, ninguém viu todos os capítulos... a não ser o público na época em que foi para o ar. Ninguém conhece direito a história da televisão. Tem que sentar e começar a estudar.

NO - Certos temas conseguem este espaço por não terem de negociar com a Igreja, com o Estado, como por exemplo a questão da mulher, ou hoje, a questão do homossexualismo, a transexualidade? Por que estes assuntos são pautados e o aborto, como vocês falaram, não?

EH - Os assuntos que não são tratados são aqueles que são tabus. É mais complicado falar sobre o aborto do que sobre o homossexualismo.

RM - De repente eu fico com a sensação de que a televisão ficou pra trás em relação à sociedade. Neste sentido, se ela se antecipou na década de 70 e 80, hoje ela perdeu essa capacidade de jogar a bola pra frente.

EH - E isso era uma especificidade da TV brasileira, pois nos outros lugares a televisão não tem esta capacidade. Nos Estados Unidos ela não tem. É o cinema que faz isso.

RM - A televisão americana está mais no tópico, na discussão do problema específico.

EH - Talvez porque quando a televisão surgiu o cinema já era uma indústria desenvolvida. A TV nasceu pra ser mediana, não para jogar pra frente. E aqui não, ela teve este momento em que ela jogou pra frente. Talvez este momento tenha passado...

RM - Eu tenho um pouco esta sensação. Se as TVs pegassem estas questões



mais políticas, mais candentes e fizessem um belo melodrama, estourariam a boca do balão. Mas eles não tem coragem.

EH - Eles estão no velho tema, eles estão falando de coronel, sendo que o coronel acabou. Também ajudado por eles mesmos, que vêm martelando há 20 anos. É interessante que a novela se pauta por critérios jornalísticos, pois ela se tornou, neste período que estamos falando, o espaço do que é contemporâneo. Você via a novela para estar por dentro. Seguir a moda da novela significa que você está por dentro das coisas. E é este ponto que não é mais verdadeiro. Ou seja, antes ela estava o tempo inteiro tentando se antecipar, lançar, não era só a música que ela lançava, não só a moda, lançar questões de comportamento, questões polêmicas, e forçando o limite do que pode ser dito num meio de comunicação que toma público. E eu acho que esta é uma especificidade da TV como meio, mais do que a questão da dominação e da resistência, ela desloca repertórios, ela traz pra sala de visitas. Como ela está dentro das casas das pessoas, ela traz para arena familiar temas que não eram convencionalmente tratados na arena familiar. Pegar um tema provocativo, como o homossexualismo, o divórcio e lançar ele publicamente, num meio que atinge a vida privada das pessoas é uma coisa que causa perturbação

RM - Eu queria destacar que o Brasil já teve excelentes profissionais que entendem muito de TV. Isto é um problema. Se nós pensarmos no Boni, no Daniel Filho, na fase áurea, na década de 70 e 80, vemos que tinham tinham um projeto de televisão, tinham um conceito sobre o que queriam e tinham capacidade de arriscar. Hoje me pergunto onde está este conceito e esta capacidade de arriscar. A televisão atual é muito tímida, convencional e sem nenhuma coragem de correr risco. E não por que a concorrência está maior. A concorrência sempre existiu. A Globo conquistou a audiência dela e conseguiu acabar com a TV Tupi, que era uma emissora importante. Acabou com a Excelsior. Sim, existiu o apoio do

regime militar, houve uma série de questões envolvidas na ascensão da Globo que devem ser estudadas, pesquisadas e esclarecidas. Mas também é verdadeiro que o padrão de produção da Globo, os profissionais envolvidos e o projeto da emissora era inquestionavelmente superior. E hoje?

NO - **Queria retomar uma questão: porque não existe uma teoria dos intelectuais brasileiros sobre televisão? Isso acontece por que a televisão está muito ligada ao governo, a Igreja, o que provocaria uma rejeição por parte dos intelectuais em estudar a televisão?**

R.M - Eu acho que sim. O problema é que a televisão não é um objeto qualquer. Ela é um objeto cheio de sentidos, significados. E é difícil para o intelectual ver a televisão de maneira mais analítica. O que é assustador. Já existem 50 anos de televisão brasileira e onde está a história da TV brasileira? E nós estamos falando de história, pois ainda falta muito para formar uma teoria. Antes é preciso uma história.

NO - **Voltando à questão do modelo de televisão e sobre como fazer televisão, vocês afirmam que a televisão perdeu esta capacidade de antecipar questões latentes na sociedade. Como estas questões eram captadas, de que maneira elas eram trazidas pelo dramaturgo e por que hoje não se consegue fazer mais isto?**

RM - Eu vou fazer um exemplo absurdo e desproporcionado para explicar. Por que a tragédia grega acontece na Grécia num período de 60 anos? Por que o Teatro Elizabetano aconteceu na Inglaterra de 1580 à 1640? É a dinâmica da cultura, da sociedade. É difícilimo você interpretar este problema, encontrar e alinhar a questão. Não é só a televisão. Por que o Cinema Novo aconteceu na década de 60? E o tropicalismo? A televisão dos anos 70 é resultado de um processo da cultura brasileira que vem do pós-guerra, e até mesmo do Modernismo. Se você conversa com o



Daniel Filho, analisa as referências culturais dele descobre que ele estava inserido num processo cultural.

NO - Vocês acham que hoje há uma padronização da linguagem televisiva, no Brasil e no mundo, tendo em vista a importação de formatos como *Reality Show* ?

RM - Eu não acredito nisso pra ser sincero. Todo produto cultural enfrenta uma barreira para entrar no país, que é a própria cultura. Isso não é irrisório. Há uma barreira de língua, de costume, de modo de ser, que é grande. E a televisão brasileira tem 3 horas de dramaturgia, três novelas todo dia. E pra qualquer dono de emissora é mais fácil, mais barato comprar uma série americana. A Globo não está preocupada com a cultura brasileira. Eles estão preocupados com o faturamento. Se eles fazem telenovela não é por nacionalismo, é por que eles precisam fazer para faturar mais. A barreira para a entrada do produto estrangeiro é brutal. Eu não consigo enxergar a homogeneização, a globalização. O cabo ainda é muito pequeno. Se há esta dominação no cinema, isto é um problema do cinema brasileiro.

EH - Eu também concordo. Eu acho que o paradoxo não está no conteúdo dos programas, por que está mais claro que existe uma especificidade local que tem de ser respeitada. Eu não me lembro o dado exato, mas se eu não me engano, o Murdoch² acabou se associando em países do Oriente a produtores locais, pois percebeu justamente isto, que a especificidade local é muito importante.

NO - Mas dentro de uma escala menor, dentro do Brasil, por que você tem um país tão grande e uma TV igual no país inteiro?

EH - A tendência agora é aumentar a regionalização. A tendência será este poder de síntese do país estar se desmanchando. E isto na teledramaturgia, no telejornalismo, fortalecendo as redes locais. A tendência é a fragmentação.

NO - Mas ainda assim há uma padronização de horário. A padronização ainda não é muito forte?

EH - Acho que é mais fruto da falta de imaginação de quem faz a programação do que fruto da globalização. Mesmo a nossa versão do *Survivor* norte americano, o *No Limite*, a segunda versão terá menos audiência que a primeira, a terceira vai ter menos. E daqui apouco vai acabar.

RM - Vale a pena ver o *Survivor* norte-americano. Você acredita, é realista, é realizado com uma camera digital. Parece documentário. A Globo faz algo plastificado, standartizado. Nenhuma verossimilhança. Você não acredita que alguém sofreu naquele lugar.

EH - Enfim, *No Limite* pode num primeiro momento, com aquela audiência acachapante, ser explicado pela globalização, etc. Mas passa um pouco, e você vê que não é tão simples assim.

NO - Como se relacionam o processo de fragmentação da programação televisiva e as possibilidades da TV digital?

RM - Olha só a descrição que eu ouvi outro dia: A novela está sendo transmitida em alta definição. Chega no horário do *SPTV* e você divide o sinal: tem o Jornal de São Paulo, o Jornal de Piracicaba, de Campinas, cada um em um canal diferente. Ou seja a própria transmissão vai ser muito mais caleidoscópica. Uma hora junta e você passa o show em alta definição. Outra hora você fragmenta para um outro público.

EH - A grande questão é que mudança vão significar isto do ponto de vista social, pois uma coisa é você pensar numa sociedade que tem um repertório compartilhado por pessoas das mais diversas. Quando você tem essa diversificação você não tem mais este repertório compartilhado. O que as pessoas vão compartilhar? Esta é a questão.

RM - A internet é um balão de ensaio

EH - Já está na internet esta fragmentação. É uma diversificação

(02) Murdoch, produtora de televisão norte-americana.



RM - Você tem outras integrações, mais inusitadas.

EH - Como se você tivesse um menu de opções quase infinito. A tendência é que você vai conseguir ver o filme, sendo que você não vai mais precisar ir à locadora, nem precisar se ater a programação que está sendo oferecida.

RM - Ao mesmo tempo sem um repertório comum como vou conversar com você no dia seguinte de manhã? Quando você chega no trabalho vai descobrir que cada um viu uma programação diferente...

EH - Esta é a questão. Como vão ser estes rituais?

NO - Programas como *No Limite* tem câmera tremendo, pessoas suadas, sem maquiagem, fora do padrão Globo de qualidade. E mesmo no *Programa do Ratinho*, a linguagem do grotesco. Isso quando imaginamos que as pessoas querem ver na televisão tudo bonito, maquiado, standartizado. Será que isto está mudando?

EH - Eu acredito que as pessoas querem ver a vida como ela é. Esse é o jeito que a televisão se vende. A vida como ela é era o slogan do *Aqui Agora*. A televisão se vende como uma janela para o mundo. Ela é um aparelho que pode estender o seu olhar para além da capacidade do seu corpo.

NO - Mas será que a Globo se perdeu e está se perdendo por não acompanhar muito isso?

EH - Acho que a Globo não tem mais projeto, ela tinha um projeto claro e que era fruto da sinergia de um grupo de profissionais muito especial. Hoje ela já não tem isso.

RM - A televisão tem uma tendência para aquilo que é ao vivo, também por causa da tecnologia. Pense em um mundo em que eu posso chegar e falar: quero ver o capítulo 32 de *Roque Santeiro*... aparece na televisão. Quer dizer, você vai poder escolher o que quiser. Estou levando para um horizonte de 20, 30 anos, mas a tendência é essa. Você vai ter cada vez mais controle e aquele aparelho vai atender de maneira cada vez mais fina e

precisa à sua demanda. O que sobra para ser visto por todos? Algo que não foi visto, algo que não foi produzido, algo que está acontecendo unicamente naquele instante. Porque há uma tendência forte ao vivo e quem fizer ficção ao vivo na televisão vai se dar bem. Como era nos anos 50. O *Plantão Médico* teve um episódio ao vivo, não é impossível e foi uma das maiores audiências.

EH - A novela, o sucesso da novela, tem a ver com isso também, porque ela está só com 40 dias de frente. Isso é impossível na televisão americana. Tudo é feito com um ano de antecedência. Essa improvisação dá uma sensação de realidade, não só uma sensação, ela é real. Ela é um pouco ficção e um pouco noticiário. Quer dizer, o fato de *Irmãos Coragem* começar uma semana depois da Copa de 70, com um jogo de futebol no Maracanã, é incrível.

O fato das novelas estarem problematizando a tensão rural e urbana, em 20 anos em que o Brasil inverteu, era um país rural e passou a ser um país urbano, já é fazer notícia. Aí vem essa questão do real e ficcional que vocês colocaram, que é uma questão ainda para pesquisa. É uma questão que está no limite de onde as coisas estão, é pensar, no caso da novela, como ela tem essa dinâmica de folhetim. E pensar como ela é parte constituinte da realidade, tanto do

cotidiano de quem faz, quanto de quem assiste. Tem todo um ritual, é parte da nossa conjuntura. Também tem os programas de auditório oferecem a possibilidade de qualquer um participar, qualquer história privada é válida e isso é uma das coisas que fascinam as pessoas, essa é uma possibilidade que está lá também, de estar participando, de estar incluído nesse mundo. A intimidade não é só a intimidade das estrelas como era no *Star System*, é a intimidade de qualquer história privada

RM - Na verdade, o *No Limite* não funcionou. Eles tentaram fingir, mas não funcionou. Porque na Holanda, onde o *Big Brother* funcionou, as pessoas viraram celebridades. Aqui eu



nem sei quem foram os participantes, alguém lembra o nome de de um deles? Então é engraçado porque você tem uma indústria toda funcionando que precisa dessa questão do carisma. Mas os ídolos espontâneos desapareceram. Sem problemas, continuamos inventando: a *Caras* expõe, aparece na *Contigo*, pausa para a *Playboy*, dá entrevista no Jô, etc. Mas ser um fenômeno de audiência, um fenômeno social, real, eu tenho impressão que complica.

EH- Não conseguem antenar, não conseguem identificar o que esta latente. No caso do gênero da novela, ele se consolidou antenando a idéia do Brasil como o país do futuro, a idéia da modernização como um processo inexorável para o qual caminhávamos. Era isso que estava sendo problematizado na década de 70, no fim da década de 80 já não era mais. E para onde foi toda essa modernização? Em *Vale Tudo*, a vinheta de abertura é super expressiva nesse sentido. Tem o Cazuza cantando “Brasil!” . Tem um prédio ruindo na hora que ele fala “Brasil!”. É a implosão. Essa imagem da implosão tem uma história super interessante, porque ela foi um marco na história do telejornalismo. Implodiram um prédio no centro de São Paulo. O livro dos trinta anos do *Jornal Nacional*, conta a história do aparato que montaram para cobrir a implosão ao vivo: eram dois desafios tecnológicos, um era a implosão, que era um desafio da engenharia, e outro era a cobertura da implosão, que era um desafio para televisão. E essa imagem foi bem sucedida, eles conseguiram filmar E aí, anos depois essa mesma imagem vai ao ar com sentido invertido: quer dizer “Brasil!” e ruí o prédio. *Vale Tudo* é um pouco disso, ou seja, para onde estamos indo? Já o momento, fim da década de 80, Nova República, as questões já são outras. Em 90, o *Pantanal* é um marco porque foi feito por outra emissora. É uma das primeiras vezes que a Globo foi colocada em xeque e é um marco no sentido das convenções de linguagem do gênero. Se deslocar e filmar no

Pantanal, uma região que não era explorada, usar planos longos, o timing é outro, a natureza é cenário, a ecologia é uma apelo, a volta à tradição, a música fala “redescobrimo o Brasil quinhentos anos depois”, já antenando a comemoração do descobrimento. É um outro Brasil que está se afirmando. Já não é mais “o país do futuro”, já é uma coisa meio nostálgica, e ao mesmo tempo não deixa de ser *hightech*. Tem uma vinheta toda eletrônica, que atualiza a mitologia, transforma a mulher em pantera, mas tudo eletronicamente, e esse é um ponto de inflexão no gênero. E isso foi feito pela Manchete. As emissoras competindo com as diferentes representações do Brasil, e então o Benedito Rui Barbosa volta para a Globo, menos radical, horário das oito e com essa coisa que tem sempre nas novelas dele: esse *timing*, a música sertaneja. Mas já é menos radical que *Pantanal*, porque tem essa coisa da notícia. *O Rei do Gado* é um pouco isso. Tem o M.S.T., que é uma convenção do período anterior. Mas, na década de 90 essas convenções vão se diluindo...

RM - Tenho a impressão que a Globo vive uma uma crise de crescimento, uma crise de sofisticação de procedimentos, de ter tudo organizado, tudo planejado ali dentro do PROJAC. Eu fui acompanhar a gravação do *Pecado Capital 2* e o contraste era absoluto entre *O Pecado Capital 1* -que era sujo, documental, câmera na mão, realista- e o *Pecado Capital 2*, que era todo produzidíssimo, esquema hollywoodiano. Cada vez mais eles foram se descolando dessa proximidade com o real, de estar ali presente, junto com os acontecimentos. A televisão está muito artificializada. A Globo quer ser muito organizada, muito racional, muito preparada, quando o que dá certo na televisão brasileira é o contrário, uma coisa mais improvisada, mais colada na realidade.

EH- O Daniel Filho falou que *Pantanal* teria sido impossível na Globo porque ali era uma câmara com um barquinho e, se fosse na Globo, precisaria de uma plataforma, inúmeras pessoas, técnicos,



etc... E o próprio Daniel Filho já improvisa como cada cultura elabora o conteúdo assim, na Globo, anos atrás. melodramático, como ela o representa.

RM - Essa é a razão que explica porque o *Survivor* foi sucesso. Porque existe o esgotamento da *Sitcom*, dos seriados, lá na TV americana também. Todo o mundo está um pouco cansado disso. Os *Reality Shows* respondem a essa demanda de realidade do público. A tecnologia é um sintoma também: por exemplo, tínhamos a câmara na mão nos anos 60, o som direto... A tecnologia responde a uma demanda social, ela materializa alguma coisa que está latente. Uma vez, quando entrevistei o Daniel, ele estava explicando Irmãos Coragem, explicação que acho sintomática. Ele tinha feito uma pesquisa. O Boni sentia falta, queria uma audiência masculina, para para a novela das oito. A telenovela nos anos 60 não era assistida pelos homens. Então vem essa demanda do produtor: precisa-se aproveitar o público masculino. O homem gosta de faroeste, e o faroeste spaghetti estava na moda. Cria-se então uma história que é um faroeste ambientado no meio rural brasileiro, misturando *Irmãos Karamazov*, *Mãe Coragem* e um conto do Steinbeck. É essa capacidade de responder à demanda, juntar coisas de tradição cultural diferente, fazer uma mistura...

EH - O dramalhão...
RM - Exatamente, porque o melodrama brasileiro também não é o dramalhão. de melodrama. O que é exatamente esse melodrama brasileiro? Para isso é preciso realizar pesquisas, ver as novelas, as personagens, o desenvolvimento do enredo, como este se mistura com a realidade, com a família brasileira. Mas é a família, a família é a questão.

EH - Aqui a questão é a família, no cinema americano é o herói. O indivíduo é uma consideração que é central na cultura americana e aqui não se revela. Acho que essa falta de heróis é um pouco fruto disso. A família é mais central. É essa família do modelo coronel, vamos dizer assim, mas que se verifica nas situações mais diversas. E esta família está em crise, a demografia mostra claramente. Agora concordo com o Roberto, sobre o melodrama. A introdução do livro *Home is where heart is*³, é muito boa nesse sentido. E ela inclusive fala em modo e não em gênero melodramático, este que está no cinema, no teatro, na TV, em diversas ideologias. É um objeto meio difícil de delimitar. Na teledramaturgia brasileira há o humor que é uma característica que a distingue de outras tradições. Mas o melodrama está também no jornal, na notícia, na música. O melodrama está no modo de vermos o mundo, de pensar o mundo. É isso que vemos expresso na produção cultural.

EH - É a mistura brasileira. Não tem a figura do herói solitário, John Wayne. Ao contrário, o núcleo é familiar, que é a convenção do gênero novela.

NO - Quem é o herói brasileiro?

RM - Boa pergunta. Onde ele está? É difícil responder e uma sociedade sem herói é um pouco complicado. Então estamos fadados ao fracasso. A paródia, o melodrama e, numa versão aristocrática, a ironia, são os traços que marcam a ficção brasileira. Mas uma sociedade inerentemente crítica, que sempre desmonta seus personagens positivos com ironia é complicado.

NO- A TV vem reforçando essa tendência melodramática?

RM - Eu acho que tudo é melodrama a a partir do séc. XIX. A cultura francesa do séc. XIX é toda melodramática. Estamos mergulhados no melodrama. A questão é

NO - Programas como o Programa do Ratinho não estão fazendo a vez desse melodrama? Essa coisa da família...

RM - Acho que sim, acho que acontece, que o Ratinho atende uma demanda... Entrevista o pessoal, vê o que eles dizem. Para eles o Ratinho é real, é a vida, realista.

EH - Inclusive é efetivo. Você tem um problema na sua família, leva ao Ratinho

(3) Gledhill, Christine. *Home Is Where the Heart Is : Studies in Melodrama and the Woman's Film*; *British Film Inst*; 1988.

e ele resolve. Já se você fosse na delegacia, no tribunal...

NO -... o que seria de novo a fragmentação.

EH -... é, exatamente, da família, da instituição. É que parece que estes problemas já estavam lá. Particularmente no Brasil, o fato de que tínhamos um regime militar, ditadura, mascarou um pouco as coisas que já estavam acontecendo. Muitas das coisas que se atribuía ao regime são anteriores a este. Derrubar o regime não necessariamente as resolveria. O reflexo disso, hoje, é o caráter endêmico de muitas coisas, como a desigualdade...

NO- Será que a proposta não é pensar o sujeito como sujeito da história, para tentar desmembrar um pouco um processo social que está em formação?

EH- Acho que a idéia de pensar o sujeito vai nesse sentido. É um sintoma de pensar as pessoas. O sujeito, na história do pensamento, já foi um sujeito divino. Depois vieram as classes sociais, os movimento sociais

e agora o sujeito já é bem mais fragmentado, quase um indivíduo. Não adianta só pensar o indivíduo, porque assim chegamos ao auge da fragmentação...

RM- Uma outra questão no melodrama é se propor a designar o bem e o mal. Dar legibilidade à moral. Ao assistir o melodrama, o público descobre quem é o vilão, quem é o mocinho, etc.... Todo o problema é onde está o bem e onde está o mal. Como estes se escondem? É possível dar essa legibilidade à sociedade contemporânea? Não é a toa que o Daniel Filho fala em crise da teledramaturgia. O dramaturgo tem dificuldade em designar o bem e o mal, mesmo que seja de uma maneira problemática. Qual o resultado? Ele dá dois passos para trás e designa o bem e o mal de 20 anos atrás. Um livro já clássico sobre o melodrama é *The Melodramatic Imagination*⁴ de Peter Brooks, e estas questões estão muito bem apontadas nele.

EH- Talvez o melodrama tenha sido tudo neste período e tenha chegado ao limite, tenha esgotado sua capacidade de representar.

(04) Brooks, Peter. *The Melodramatic Imagination : Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess*; Yale University; 1995.



Ronaldo Mathias

Do consumo da identidade à identidade do consumo - o que fazer com a diferença*

Resumo

Este trabalho investiga o processo de constituição da identidade na sociedade de consumo contemporânea, confrontando abordagens teóricas distintas e verificando a pertinência dessas análises na caracterização do consumo enquanto espaço de construção e demarcação da diferença. Discute a possibilidade de pensar a diferença como elemento fundante da identidade no mundo contemporâneo e enxergá-la como operador e produtor da subjetividade individual.

Nas últimas décadas muitos são os trabalhos publicados tanto sobre a temática da identidade quanto à do consumo bem como sobre seu cruzamento. Pensar a relação consumo-identidade empenha um esforço teórico que investigue este assunto numa sociedade urbana, industrializada, globalizada e entrecortada por práticas sociais regidas pela lógica do consumir como significado do habitar a metrópole. Dai, várias correntes teóricas distintas, senão contrárias, redimensionem o conceito de identidade e de diferença que surgem interpelados pela complexidade da esfera do consumo.

O desafio de pensar o lugar da diferença vem logo alterado pelo próprio espaço que a identidade ocupa na sociedade contemporânea desde a aurora do período moderno. Sim, porque vale lembrar que o processo de construção da identidade moderna é fruto de um pensamento racional fundante que inaugurou o século das

luzes alicerçado em um Estado-Nação liberal e democrático.

O nascimento da identidade moderna viu-se centralizado pela razão cartesiana e permaneceu ancorado nos Direitos do Homem onde a cidadania era sua face visível e, nos dois séculos seguintes, uma igualdade abstrata, formal bem como uma cidadania política forneceram sua organização e monopolizaram o nascimento do sujeito moderno. Com o enfraquecimento dos estados nacionais, acuados pela lógica da globalização do capital, pela mundialização da cultura e pela internacionalização das relações de poder, criou-se um novo quadro contextual, importando averiguar a pertinência da temática da identidade nos dias atuais, articulando-a com a do consumo, constituidor das sociedades contemporâneas.

Ao abordar a temática da identidade e recortá-la na sociedade de consumo, busco olhar sua dimensão contextual no jogo da diferença como sua matriz fundante. Diferença essa situada não só no front dos processos de identificação comunitária, como por exemplo nas diversas relações entre tribos urbanas ou nos grupos de excluídos politicamente organizados, mas a partir de processos individuais de subjetivação-objetivação únicos e singulares que nem sempre se coadunam de modo comunitário, grupai. Diferença essa que também tenta se apropriar dos signos de consumo disponibilizados, de modo que se particularize sua identidade a partir de mecanismos de auto-representação diferentes conforme o gênero, a etnia, a religião, a língua, idade, o sexo etc. Por diferença compreendo o estar no

Ronaldo Mathias é Doutorando em Ciências da Comunicação junto à ECA-USP e Professor do Curso de Comunicação Visual da Faculdade de Belas Artes de São Paulo. É Membro do Grupo de Estudos sobre Práticas de Recepção Mediáticas da ECA-USP.

* Trabalho apresentado ao NP 13 - Comunicação e cultura das minorias, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.



mundo que se conduz através de uma tecitura particular do eu em relação à identidades hegemônicas e que se presentificam ambas num jogo de forças onde ficam demarcadas as posições, os lugares a serem ocupados por cada uma.

Quanto a isso, desconfio do movimento do consumo social como um indicativo daquilo que Foucault chama de “cuidado de si”¹, instituído como prática mediadora de novos sentidos objetivados no ato do consumo. Também tenho a impressão de que a não militância política e/ou social na vida democrática pode ser uma postura tanto de resistência identitária quanto de configuração da diferença, ainda que este comportamento possa dificultar a criação de normas éticas de validade universal, o que é um problema mas que não cabe ser tratado neste texto. Por fim, também é bom dizer que o consumo enquanto prática subjetiva individual ou coletiva de construção da identidade deve ser visto conforme a especificidade de cada momento e circunstância social, política e econômica. Por exemplo, uma mulher negra, bem sucedida profissionalmente, de 50 anos de idade e paulista difere ao consumir alguma bem de outra também negra, pobre, marginalizada e gaúcha; ou um homossexual de 25 anos, desempregado que reside na periferia de Olinda difere de um homossexual de Curitiba, de 40 anos e empresário.

Proponho a partir destas reflexões indagar o seguinte: quais os caminhos possíveis para se pensar a diferença enquanto espaço de negociação da identidade na sociedade de consumo contemporânea? Ou ainda, com a onda global de transformações que invadiu os estados nacionais e a emergência de uma sociedade mundial de consumo como se representa a identidade a partir da diferença?

Os signos reatualizados do consumo identitário

Ítalo Calvino, em sua decifração carregada de preciosismos sobre o Oriente do viajante Marco Pólo, mas que pode bem ser o Ocidente super visitado dos turistasconsumidores,

relata, em *As Cidades Invisíveis*, um lugar onde, como todas as cidades (in)visíveis de seu livro, o mágico se entrelaça com os desejos flamejantes de seus habitantes criando uma atmosfera de sedução e de simulacros visuais. É a cidade de Trude, conta ele, que em nada difere das inúmeras outras “As ruas do centro exibiam mercadorias embalagens rótulos que não variavam em nada. Era a primeira vez que eu vinha a Trude, mas já conhecia o hotel em que por acaso me hospedei; já tinha ouvido e dito os meus diálogos com os compradores e vendedores de sucata (...)”. Para conhecer Trude não é preciso trocar de cidade, ou de bairro. Aliás, basta mudar o canal de TV para uma nova Trude tão sedutora e enigmática, mítica, se apresentar repentinamente para nós, pronta para ser consumida sem qualquer dilema ou desconfiança de suas ruas, casas ou pessoas iguais. Tal igualdade, simulada pela lógica do consumo que impregna nosso campo visual, foi notada e denunciada também em *A Sociedade de Consumo*, de Jean Baudrillard².

A Trude de Baudrillard, porém, não é fruto misterioso do encantamento de um Oriente desconhecido, temido. Tal sociedade emerge para Baudrillard como dinamizada pela lógica de um grande sistema que a delimita, reorganiza todos os campos da vida e submete todos os habitantes, consumidores, aos seus imperativos. “O sistema conhece unicamente as condições da própria sobrevivência e ignora os conteúdos sociais e individuais”³. A força do sistema neste sentido está a favor de uma causa determinante que se rege por dispositivos de dominação econômica. “O consumo, a informação, a comunicação, a cultura e a abundância são instituídos, descobertos e organizados pelo próprio sistema, como novas forças produtivas para a sua maior glória”⁴. Essa institucionalização do consumo impõe-se pela lógica econômica que prescreve a felicidade, ou melhor, como quer Baudrillard, a salvação, por meio de

(01) FOUCAULT entende por *cuidado de si* como experiência e, também, como técnica elaborada do sujeito e transformando essa experiência. Cf. *Resumo dos*

Cursos do Collège de France. 1997

(02) BAUDRILLARD, J. *A sociedade do consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.

(03) BAUDRILLARD, J. *A sociedade do consumo*, pág. 55.

(04) *Idem*.



objetos, porém, objetos esses subtraídos de um tempo histórico e que se organizam mutuamente além do espaço constituidor da diferença e programados para o esquecimento.

O consumo é aí articulado enquanto linguagem composta de signos visuais portadores de uma fórmula matemática que eleva ao infinito a probabilidade de se alcançar, através dele próprio, um tipo de segurança e de prazer possíveis a todos os membros desta ambiência, chamada sociedade do consumo.

O conceito de ambiência, lugar dominado pela supremacia de objetos-sígnicos encantados que nos consomem pelo olhar alucinante, instaura um tempo dos objetos onde fica impossível identificar-se de modo diferente das representações simuladas por estes objetos ou mesmo resistir. Dentro desta ambiência, a própria diferença, do signo, é reduzida à sua repetição mimética, ou melhor, o próprio sistema da linguagem opera pela sua determinação e estabilidade. A industrialização da diferença, como quer Baudrillard, não reconhece espaços de articulação da identidade com o contexto vivido, já que os signos manipulados são operadores desta reificação, se assim se pode falar, da diferença.⁵

Porém, se o signo, retomando Derrida⁶, traz consigo sempre o traço daquilo que ele não é, logo signo algum pode ser reduzido a si mesmo, portador de uma identidade, não porque ele pretende ocupar o espaço da coisa que representa, mas porque não sendo a coisa representada sua identidade não se apresenta atada a ele; é fluida, instável e ambígua. A representação da identidade então possui características de indeterminação, ambigüidade e instabilidade atribuídas à linguagem conforme a perspectiva pós-estruturalista.

HALL⁷ concorda com Derrida ao reconhecer a dimensão deslizante do significante e vai além ao dizer “Se Derrida estiver correto ao afirmar que há um continuo deslizamento do significante, uma continua “defe-

rência”, é correto também afirmar que sem algumas “fixações” arbitrárias, ou o que estou chamando de “articulação”, não existiria qualquer sentido ou significado”.⁸ Contudo, esta articulação que fala HALL não se determina pela certeza da supremacia do significante em detrimento do significado como apontada por Baudrillard.

A análise que vem como decifração do consumo social reduz, ou melhor, refrata neste contexto, a existência da identidade como processo permanente já que não traz em si o traço da diferença porque não a vê como possibilidade constituinte no consumo porque mesmo a diferença, quando existe, é produzida industrialmente. “Há concentração monopolista da produção das diferenças”. Para Baudrillard, é sobre a perda das diferenças que se estrutura o culto da diferença. Mas sem diferença como fica a identidade? E, como não há resistência, porque não há diferença, pra que serve o consumo? Apenas como um sistema de dominação a partir da simulação do real?

A existência da diferença na sociedade de consumo, pelo que me parece, dialoga mais com a lógica das relações de poder e que, como se sabe, são presentes e circulam tenazmente na esfera do consumo. Se assim não fosse porque falar tanto em controle, submissão, alienação, passividade, determinação sistêmica, como fala Baudrillard? Se não houvesse resistência ao poder, porque tantas estratégias do enunciado econômico, capitalista e burguês a partir do século XVIII, buscando dominação? FOUCAULT⁹ fala o seguinte “...quando necessitou, na divisão do trabalho, de pessoas capazes de fazer isto, de outras capazes de fazer aquilo, quando se teve medo também de que movimentos populares de resistência, ou de inércia, ou de revolta viessem transformar toda essa ordem capitalista que estava nascendo, então foi preciso uma vigilância precisa e concreta sobre todos os indivíduos (...)”.¹⁰

As relações interpessoais, a meu ver, não ficam submetidas a um estado

(05) Sobre esta questão, vide PIERUCCI in *Ciladas da diferença*. São Paulo: Editora 34.

(06) Apud SILVA, Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença*. Petrópolis: Editora Vozes, 1997. pág. 61.

(07) HALL, S. *Da diáspora*. Beto Horizonte: Editora UFMG, 2003.

(08) IDEM. Pág. 164.

(09) FOUCAULT, M. *Em defesa da sociedade*. Rio de Janeiro: Editora Martins Fontes, 2002.

(10) IDEM. Pág. 334.

de consumo alienante, apesar desta sociedade de consumo representar a colocação da sociedade humana ante uma nova ordem nas relações de poder reconfigurando, revitalizando e alterando um novo momento de revisão de conceitos como Modernidade, Estado-nação, cidadania etc. As “técnicas de si”, perspectiva para se analisar o consumo enquanto construção identitária, não fariam sentido algum uma vez que correspondem estritamente a mimese estética de comportamentos onde o indivíduo não se reconhece sujeito, apenas possuidor de uma identidade deslocada de si que não se faz no movimento de articulação consciente com o contexto. FOUCAULT¹¹ entende por técnicas de si “os procedimentos, que, sem dúvida, existem em toda civilização, pressupostos ou prescritos aos indivíduos para fixar sua identidade, mantê-la ou transformá-la em função de determinados fins, e isso graças a relações de domínio de si sobre si ou de conhecimento de si por si.”¹² Aquela ambiência descrita não dialoga com as transformações ocorridas na sensibilidade do indivíduo, nas lutas das minorias ao longo do tempo; transformações essas, sem dúvida, sintonizadas com a atualização tecnológica, com as mudanças operadas nos encontros entre as diferentes culturas e com as relações de poder que presidem a comunicação na sociedade.

A conjunção inédita de fatores tecnológicos interferindo nos processos comunicacionais, fatores globalizantes modificando a dinâmica político-econômica das sociedades contemporâneas e fatores culturais deslocados do âmbito dos antigos Estados nacionais permite olhar para a sociedade de consumo a partir de uma trama de poderes atuando para além do front unicamente sistêmico.

E aí toma-se possível enxergar a diferença porque ela se posiciona não como um produto industrializado, porém como lugar de enunciação da identidade. Ao culturalizar a cultura, como ele mesmo aponta, Baudrillard

torna o consumidor atomizado no tecido social, ausente de reflexão histórica, um não-sujeito por ‘escolha’ premido pelo sistema econômico. Um indivíduo que não negocia seu estar no mundo porque apenas o aceita passivamente. Este indivíduo consumidor, ao que me parece, é um consumidor esquecido de si. Tal lógica da cultura do consumo dirige os processos de identificação na órbita de uma cultura unitária, liberta dos conflitos que a regem pois mergulha todas as diferenças de gênero, de etnias, de sexo, de língua, de religião, que já diferem entre si como também no interior de si mesmas, no mesmo plano enunciativo.

Nesta concepção, pode-se desconfiar que o lugar da diferença é o lugar utópico de uma harmonia que reina tanto fora quanto dentro dos grupos minoritários o que impede de reconhecer as contradições e sujeições destes grupos, bem como ver cada sujeito como portador de identidade ou identidades que vão diferindo conforme as circunstâncias históricas do contexto, conforme as relações de poder que lhes são submetidas.

Consumo em tempos de cidadania e identidade em tempos de consumo

O consumo serve pra pensar! E pra pensar o consumo como espaço de resignificação e trocas de sentidos pode-se tentar encontrar nesta reelaboração constante da identidade pelo e no consumo um lugar de conflitos e de negociação de práticas culturais.

Esta outra abordagem apresentada por CANCLINI¹³, em *Consumidores e Cidadãos*, afirma que consumir ‘é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo’. E participação é busca de pertencimento em uma comunidade, de valores, hegemônicos, através de estratégias de aceitação, recusa e assimilação de comportamentos, negociadas num presente de intenso conflito.

Ao reportar a esfera do consumo à esfera da produção de bens simbólicos inclusive, demarcando aí sua

(11) FOUCAULT, M. *Resumo dos Cursos do Collège de France*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

(12) IDEM. Pág. 109.

(13) CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.



especificidade, fica claro também que nem sempre o consumo se instaura nem tanto para o nível exclusivo da distinção simbólica, nem tanto pela luta e posse dos meios de produção. É o próprio Canclini que afirma "...devemos admitir que no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma comunidade".¹⁴ A reconstrução da racionalidade comunicativa apontada recoloca o lugar da comunicação humana articulado com a esfera do público enquanto espaço de produção não somente de bens materiais, mas também de articulação simbólica que possibilita ao indivíduo inserir-se tanto como portador de direitos individuais, quanto cidadão que alcançou seu lugar no mundo pelo consumo.

"Só através da reconquista criativa dos espaços públicos, do interesse pelo público, o consumo poderá ser um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e agir significativa e renovadoramente na vida social. Vincular o consumo com a cidadania requer ensaiar um reposicionamento do mercado na sociedade, tentar a reconquista imaginativa dos espaços públicos, do interesse pelo público."¹⁵

Ao que parece, o conceito de cidadania emerge modificado, porque antes se atrelava em função da racionalidade dos princípios ideológicos. A cidadania aqui é mais articulada com o processo de globalização, pela própria impossibilidade de incorporação dos excluídos e das minorias ante a participação das garantias promotoras do conceito clássico de cidadania. "(...) penso que a afirmação da diferença deve estar unida a uma luta pela reforma do Estado, (...) também para assegurar iguais possibilidades de acesso aos bens da globalização."¹⁶

A conquista do espaço público como quer Canclini aconteceu, pelo que vejo, diante da falta de efetivação de esferas de participação democrática sendo assim possível pensar o consumo como meio de conquista da cidadania pelos grupos e indivíduos

que menos acesso tiveram e têm aos bens tanto econômicos quanto culturais da sociedade. Essa débil prática cidadã evoluiu junto com a incorporação dos países da América Latina à lógica globalizante dos mercados.

O retorno político aos ventos democráticos, depois de décadas de ditadura militar, pelo menos na América Latina, permitiu a reconstituição político-nacional do Estado de Direito, em que o plano da governabilidade política e econômica ficou assegurado e consolidado pela participação da sociedade civil nacional no cenário mundial de consumo. A democracia latino-americana estabeleceu-se junto com o Código de Defesa do Consumidor ofertado pelo Estado, um Estado cada vez mais enfraquecido - não inviabilizado - pela lógica do capitalismo financeiro em sua articulação com as grandes corporações transnacionais e pela revolução tecnológica operada na esfera das comunicações combinando com a ascensão do consumidor como principal ator deste cenário. Quanto a isso, a hifenização consumidor-cidadão é transparente e factual. A democracia não retornou sozinha; trouxe o consumidor-cidadão com ela ante a impossibilidade de se encontrar o antigo espaço público habermasiano, que já apontava pontos de corrosão, como fala Canclini, devido à sua fundação de princípios meramente ideológicos.

Os hábitos que ajudaram a enraizar estes Estados-nacionais tomaram-se fluidos, voláteis operando nos encontros e desencontros de seus habitantes uma sensação de estranheza e perplexidade já que as antigas formas de pertencer (institucional, comunicacional) mostraram-se esgarçadas diante do inusitado mundo interconectado e do enfraquecimento da própria cidadania enquanto lugar seguro de produção da identidade. Uma cidadania estabelecida tanto pela edificação de direitos coletivos garantidos pela esfera jurídica quanto pela produção de uma memória também

(14) *IDEM*. Pág. 80

(15) *IDEM*. Pág. 92

(16) *IDEM*. Pág. 46



coletiva enraizada na consciência de um tempo histórico.

Contudo, a concretização diferenciada do projeto moderno, conduziu a outras formas de aliança coletiva, de representação identitária, que surgem, lembra MAFFESOLI¹⁷, recuperando o sentido de estar no mundo e de nele alcançar pertinência. Esta “socialidade eletiva”¹⁸ pode, tenho a impressão, ser aproximada às alianças promovidas, por exemplo, pelo fundamentalismo religioso, ou, como quer Canclini, pelo consumo, já que ela pode ser traduzida, uma vez reconhecido seu estatuto de linguagem, como troca social de sentidos. O que surge como imediata dificuldade de compreensão é ater o consumo à cidadania, ainda que portando esta um conceito mais abrangente, ou que queira reconhecê-la possuidora de diferentes modalidades.

Como democracia, capitalismo e urbanismo construíram e buscaram a solidez da Modernidade, fala HELLER¹⁹, tendo como seu fruto direto o Estado-nação e a cidadania seu corolário instrumentalizador, não me parece convincente aliar consumo e cidadania. Digo isso porque como o alcance da cidadania não foi suficiente para promover melhorias nas condições econômicas, sociais, políticas, principalmente nos países em desenvolvimento, também seu descompasso com as formações históricas específicas não retirou destas um atributo importante, o de se representar como remédio, jurídico-político, ante as debilidades da sociedade, suas incertezas, suas exclusões. A anêmica prática cidadã em países mais pobres não se apresenta, evidentemente, como argumento que nega a sua importância. É certo que por um lado a cidadania impõe a todos uma parcela de igualdade em favorecimento da homogeneização das diferenças, que deve ser oferecida em nome do bem viver, e por outro sua supressão também implicaria a anulação da diferença em razão de uma identidade unívoca, impositiva. É importante ver na esfera da cidadania algo mais que constituição

de uma identidade politizada pela garantia de direitos individuais, políticos e sociais.

A significação do consumo passa mais, a meu ver, pela segurança particular da identidade, na afirmação da diferença, num mundo contemporâneo de difícil enraizamento, que ainda não permite a todos a partilha do consumo. O movimento de inclusão-exclusão - entre gêneros, religião, etnias, classes etc — estampado pelas práticas de consumo sinaliza a necessidade de se olhar para cidadania não apenas como uma face da identidade construída pelo consumo e protegida pelo acionamento jurídico das leis consumeristas, por exemplo, porém uma prática política que foi se construindo paulatinamente na poeira das transformações do século XVIII-XIX - e no Brasil no século XX - ou, se ainda quisermos, como estratégia de governamentalidade²⁰ produzida historicamente pelo Estado-nação.

E se reconhecemos que a cidadania promoveu o estabelecimento da ordem democrática bem distante dos arbítrios monárquicos, ou estamentais, também ela determinou no plano jurídico e político de um espaço público a produção da igualdade, a assunção de um poder interessado por uma verdade única dominante e que se tentou efetivar na enunciação de um sujeito moderno, com uma identidade centralizada e com grandes dificuldades de se embaralhar com as diferenças. A cidadania opera num plano horizontal da igualdade. O seu alcance foi gradual, excludente e distinto em cada país. O exercício da cidadania no Brasil é outro do que se verificou nos países desenvolvidos.

O consumo serve pra pensar, como bem lembra Canclini, só que ele mais ajuda a refletir como uma prática individual, um cuidado identitário, diferenciador e nem sempre agendado e estabelecido pela cidadania. Pode ser visto como uma busca de um sujeito que tenta aliar segurança individual pela partilha sim de um código político e mas também pela comunicação de um código familiar, sexual, geracional, étnico. O ato do consumo de bens

(17) MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária 2000.

(18) *Por sociedade eletiva* Maffesoli entende a sociedade em que seus membros se aproximam pelas escolhas afetivas que promovem. Cf. Maffesoli, 2000.

(19) HELLER, A. *A condição política pós-moderna*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

(20) Foucault entende por este termo a maneira como a conduta de um conjunto de indivíduos esteve implicada no exercício do poder soberano entre os séculos XVI-XVII e daí para frente substituída pela razão de Estado que toma forma de acordo com os interesses políticos que vão ajudar a consolidar os Estados-Nação. Cfr. FOUCAULT, 1997.



materiais e simbólicos se concretiza diferentemente conforme a expectativa do indivíduo entrecortada por relações de poder que o localiza em planos diferentes no interior da sociedade. Além disso, a generalização do conceito de consumo e do conceito de cidadania, ou melhor, a falta de precisão conceitual do significado do que vem a ser consumo e cidadania e como é percebido diferentemente pelos diversos atores da vida social e pelas diversas formações históricas é a dificuldade do texto de Canclini. Quanto a isso, carece de um trabalho que ainda deve ser feito.

A produção social da igualdade na exclusão da diferença

“Quero falar da descoberta que o eu faz do outro. (...) Podem-se descobrir os outros em si mesmo, e perceber que não se é uma substância homogênea, e radicalmente diferente de tudo o que não é si mesmo; eu é um outro. Mas cada um dos outros é um eu também, sujeito como eu. Somente meu ponto de vista, segundo o qual todos estão lá e eu só aqui, pode realmente separá-los e distingui-los de mim”²¹

Os riscos do debate que se fundam sobre identidade-diferença são exatamente aqueles que implicam em reduzir em planos paralelos, dicotômicos, a densidade tanto filosófica quanto política destes conceitos. A discussão caracterizada na denúncia da sociedade do consumo pode conter a promessa de decodificação da manipulação de seus agentes como meros receptores passivos e submissos à lógica sistêmica do consumo e a partir daí despertar a busca pela libertação, apesar de, como se observou, não haver lugar para isso na sociedade de consumo, de acordo com Baudrillard. Como não se reconhece neste tipo de análise a não ser o dualismo pendular existente entre os pólos emissor-receptor, embalados pela determinação sistêmica, o reconhecimento das identidades apenas significa a supressão dos múltiplos conflitos de dominação, resistência e

negociação que estão sendo aí tecidos, porque o eu que se faz representar neste contexto é o eu que consome ‘alienadamente’ estes signos de distinção social. As minorias e mesmo as identidades hegemônicas se produzem de modos diferentes em relação aos outros e em relação a si próprias. O evangélico, pobre, negro se articula pelo consumo e negocia sua identidade, representado sua diferença, particular, de modo distinto do evangélico, pobre e branco, já que as mediações hegemônicas são outras para cada um deles.

No entanto, se esta direção apontada não satisfaz, há outra que observa o consumo como ‘conjunto de processos socioculturais em que se realizam as apropriações dos produtos’ oferecida por Canclini, bem mais interessante. O problema, porém, desta abordagem é que ao vincular consumo-cidadania a diferença, como disse acima, surge limitada entre um pólo e outro, porque restringe o debate sobre a identidade nos limites do consumidor-cidadão. É como se a abordagem de Canclini, num movimento de superação, estivesse num pólo oposto aquele dito por Baudrillard. Ele próprio quem diz “por outro lado, as identidades pós-modernas são transterritoriais e multilinguísticas. Estruturam-se menos pela lógica dos Estados do que pela dos mercados; em vez de se basearem nas comunicações orais e escritas que cobriam espaços personalizados e se efetuavam a través de interações próximas, operam mediante a produção industrial da cultura (...)”.

A cidadania através do consumo estrutura a identidade, mas restringe-a. Pode-se desconfiar da diferença apenas na existência umbilical de um consumo-cidadão, ou melhor, uma produção social da igualdade promovida pelo consumo. E se não é duvidoso reconhecer o consumo como espaço de articulação da diferença, idêa bem interessante, também não é menos duvidoso as possibilidades de tomar este vínculo uma camisa de força. O sentido da cidadania é vital para a constituição de uma ética de validade

(21) TODOROV, T. *A conquista da América*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999.

universal, como já falei acima, mas a esfera da cidadania não é entendida de modo igual na elaboração das 'práticas de si'.

Além do mais, o próprio Canclini diz que para se articular consumo com exercício refletido da cidadania, exigem-se requisitos como oferta diversificada de bens e mensagens de fácil e equitativo acesso às maiorias, mecanismos de controle, pelos consumidores, de refutação e sedução da propaganda e participação democrática dos principais setores da sociedade civil nas decisões de ordem material, simbólica, jurídica e política.²²

Aproximando tais prerrogativas das democracias atuais, principalmente latino-americanas, vejo multiplicar as dificuldades do êxito consumo-cidadania. Cidadania nestas sociedades possui o mesmo significado pra todos? E daí qual o lugar da diferença neste processo? Qual a sua especificidade? Como ela é auto-definida?

O que se pode depreender dessas observações talvez seja o apontado por FOUCAULT e que serve para nos ajudar a pensar não só consumo, identidade e diferença, mas além disso observar os modos instituídos do conhecimento de si e sobre sua história.

Refletir a relação identidade e consumo, assumindo o espaço da diferença como espaço de negociação, observando "como o sujeito foi estabelecido, em diferentes momentos e em diferentes contextos institucionais, como objeto de conhecimento possível, desejável ou até mesmo indispensável? Como a experiência que se pode fazer de si mesmo e o saber que se pode fazer de si mesmo, e o saber que e deles formamos, foram organizados através de alguns esquemas?"²³

Ao questionar como o sujeito foi estabelecido e como a experiência que se pode fazer de si mesmo, Foucault ajuda a compreender que, ao longo da história da subjetividade, o indivíduo não esteve sempre subjugado por forças e interesses somente econô-

micos como também nem sempre a dominação exercida o foi sem resistência. Essas técnicas de si analisadas por Foucault na Grécia Clássica evidenciam um sujeito que se por um lado foi exercido sobre ele programas de sustentação do poder por outro lado a ele próprio lhe coube uma tarefa não menos especial de se esculpir levando em consideração sua subjetividade.

Tais técnicas pressupostas ou prescritivas permitiam uma certa margem de transformação e fixação da identidade de acordo com determinados fins. E se esta ocupação consigo mesmo implicava um auto-governo, por ela também podia-se ver uma tentativa de produção de uma identidade comum, coletivizada e endereçada aos indivíduos da época como mecanismo de controle. O que é interessante é o reconhecimento das estratégias de poder que sempre se elaboram por um conjunto de diferenciações, o reconhecimento do hierárquico nas relações de poder.

O surgimento da Nação, conforme FOUCAULT, no século XVIII-XIX, mostrava a superação do exercício de um poder pastoral, herdado da sociedade hebraica e introduzido pelo cristianismo com o intuito claro de 'governar almas'. A ruptura provocada pela Reforma Protestante desemboca numa crise deste pastorado deslocando de sua centralidade e reinserindo novas modalidades de direção espiritual.²⁴ A emergência do Estado-nacional, surgem novas tecnologias de controle, novas formas de operação do biopoder - mecanismos racionais de controle dos problemas propostos à prática governamental - onde uma razão de Estado busca "afirmar e aumentar a potência do Estado, a fazer o bom emprego das suas forças e procurar a felicidade dos súditos".²⁵

Pode-se dizer que a cidadania é inevitável à vida democrática, e liberal, que surge com os estados-nacionais. Pode-se supor também que a cidadania - e o consumo hoje - surgiu como meio de produção de uma identidade

(22) CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos*, pág. 89.

(23) FOUCAULT, M. *Resumo dos cursos do Collège de France, 1997*, pág. 109.

(24) FOUCAULT, M. *Em defesa da sociedade*.

(25) FOUCAULT, M. *Resumo dos cursos do Collège de France*, pág. 85



regulada por uma igualdade, abstrata, etnocêntrica e que deveria ser exercida nos espaços públicos recém surgidos com o fim das monarquias reais, além de apresentar-se inicialmente centralizada por sujeito racional do Iluminismo. A cidadania assim consolida o nascimento da subjetividade moderna, necessária à edificação dos Estado-nação.

Nesta configuração, finalmente, o lugar da diferença é o lugar reconhecível pelo eu do outro que encontra um meio de enquadrá-la a partir da universalidade implantada pela cidadania. Essas tentativas de fixar a identidade onde a cidadania é o aspecto mais amplo deste propósito - como identidades de gêneros, sexuais, étnicas - contribuem para encontrar, ao que parece, um lugar seguro, harmonioso para a diferença, não identificável como espaço de inúmeras formas de lutas do eu na produção de si, revelando um enunciado não esquecido por um tempo já dado. Aos diferentes, durante todo o período

moderno, lhes coube um espaço onde a repetição de signos caracterizadores e identificados rapidamente como próprio deles foi uma regra. A representação da identidade a partir da diferença nos dias atuais se perfaz com as outras dificuldades, porém enxergar as tentativas individuais de objetivação através do consumo pode ser um caminho que mereça outra inspeção.

O desafio, então, para se compreender a constituição da identidade pela produção da diferença, seja pelo consumo seja pela cidadania, demanda um desafio teórico que não se finaliza ao apontar o incômodo deste sujeito no seu percurso de enunciação da realidade. Porém, produzir a significação destes caminhos, desta enunciação, de um sujeito incomodado, capaz de responder de modos distintos ante as muitas tentativas de controle a ele destinadas, começa por uma indagação intrigante de FOUCAULT “o que fazer de si mesmo?” quando se descobre que o existir do outro é o único campo de construção de si próprio?

Bibliografia do artigo

- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.
- CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- FOUCAULT, Michel. **Resumos dos Cursos do Collège de France**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- _____. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- HELLER, Agnes. **A condição política pós-moderna**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
- HALL, Stuart. **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora UFMG 2003.
- IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- PIERUCCI, Antônio Flávio. **Ciladas da diferença**. São Paulo: Editora34, 1999.
- SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença**. Petrópolis-RJ: Editora Vozes, 2000.

Bibliografia Comentada: “A Conexão Planetária”

Resumo

O presente texto busca comentar criticamente o livro “A conexão Planetária - o mercado, o ciberespaço, a consciência”, de Pierre Lévy.

O pensador francês Pierre Lévy é uma referência obrigatória para aqueles que procuram entender a emergência do ciberespaço e sua relação com as variadas dimensões da vida social.

O conjunto de sua obra é marcado por uma análise antropológica do ciberespaço e de sua influência no campo do conhecimento, da filosofia, da cultura, da economia e da educação.

Obras como *O que é o virtual* e *Cibercultura* trouxeram contribuições decisivas para a temática do ciberespaço, apesar de sempre terem um caráter polêmico e controverso nos meios acadêmicos. Não poderia ser diferente com o seu mais recente trabalho: *A conexão planetária - o mercado, o ciberespaço, a consciência*, publicado pela Editora 34.

O livro começa com um Manifesto dos Planetários, no qual o autor define o longo período de existência do Homem na terra, como sendo um processo que se deu a partir da dispersão, da ruptura com o nomadismo, do adensamento populacional, da ocupação de todo o globo e do momento atual que seria a conexão de todos os seres humanos, de suas subjetividades, tendo como locus desse encontro o ciberespaço.

Partindo desta premissa de uma nova realidade de conexão dos seres humanos, ele propõe que aqueles que

vivem e reconhecem este novo momento se juntem e repensem elementos essenciais da realidade anterior: nação e nacionalidade; religião; concepções políticas e ideológicas; mercado e comunicação.

No manifesto, o autor propõe que se tenha uma visão mais dinâmica da situação, afirmando que a relação de dominação existente (que ele diz ser inegável) acaba por se desdobrar numa relação de condução a um futuro comum e positivo. E vai além, entre a luta por mudar um governo ou modelo ou mudar de país, ele propõe que seja adotada a segunda alternativa, generalizando esta lógica para as relações de trabalho e até mesmo para as amorosas.

Ainda no manifesto, ele afirma que caminhamos rapidamente para a proclamação da Confederação Planetária e conclui: “Imaginem a festa mundial que se seguirá”.

Este primeiro capítulo acaba por explicitar e sistematizar a visão, muito criticada de Lévy, do social como um processo natural, em relação ao qual os Homens devem se adaptar e tirar os melhores frutos, sem crítica. Fica clara a adesão de Lévy à lógica atual do sistema de poder político e econômico.

No capítulo seguinte - A economia virtual, o autor procura demonstrar os motivos de seu apoio ao modelo atual de capitalismo e mercado. É quando fica ainda mais explícita adesão e o deslumbre com o mercado: “A distribuição é tudo, porque o consumo é tudo” ou “O império mundial sob a dominação norte-americana mais ou menos branda

Rovilson Robbi Britto é jornalista e professor, mestre em Comunicação e Mercado pela Cásper Libero, doutorando da ECA/USP.



- hoje em via de consolidação - logo não terá nenhum rival”. E explicita sua visão desse processo: “Não importa o que pensemos, que sejamos contra ou a favor, devemos admitir que a maior parte dos indícios de que dispomos apontam para um futuro cada vez mais marcado pelo mercado capitalista, a ciência e a técnica” e completa “A atitude crítica se voltou para o passado”.

O pensador francês afirma ainda que crescentemente ocorre uma fusão entre as dimensões materiais e espirituais no âmbito do mercado, dizendo que não há lugar para separar as atividades técnicas e materiais das instâncias intelectuais e espirituais da humanidade.

Sinalizando uma vez mais com sua visão de “naturalização” do processo social, Lévy afirma: “O ‘capitalismo’, assim como a morte e a sexualidade para a evolução biológica é talvez uma artimanha da evolução cultural para mobilizar as pessoas, acelerar as circulações, ampliar e flexibilizar o porte dos laços sociais e difundir as inovações” e conclui com sua visão exageradamente otimista, para não dizer distorcida, da realidade - “A instauração efetiva do liberalismo, que supõe um estado muito avançado da ética e da espiritualidade de uma população, conduz, efetivamente a um aumento da riqueza geral”.

Ainda neste capítulo o autor faz um elogio à especulação financeira, como sendo uma aposta no futuro, elemento de inovação e abertura de novos horizontes econômicos. Afirma também que a idéia de poucas empresas dominando na forma de monopólio ramos inteiros da economia global devia ser vista como algo positivo e desejável.

O terceiro capítulo do livro - A subida em direção à noosfera, trata da ampliação do papel da cultura e da subjetividade nos tempos atuais de conexão planetária. Nesta parte do trabalho, o autor retoma seu conceito de inteligência coletiva (conexão de subjetividades potencializando qualidades) e procura desenvolvê-lo

como uma necessidade e uma realidade na perspectiva do que chama de um hiper-cérebro global. Neste sentido, desenvolve toda uma leitura da necessidade da aceitação das diferenças culturais nacionais, da troca intensa entre ocidente e oriente, e defende o intercâmbio, a unificação. E aponta o papel decisivo da Internet como o espaço por excelência para a intensificação desta troca, desta unificação da esfera subjetiva da humanidade.

Afirma que o computador deve figurar entre outros “objetos antropológicos” como o fogo, a arte e a escrita, pois todos, ao seu tempo, aceleraram o processo de hominização.

No campo da evolução da troca cultural, o rumo geral apresentado por Lévy é de fato positivo, mas desconsidera sobremaneira os impasses, os conflitos, e a tendência hegemônica que determinadas culturas têm em relação à outra. Portanto, fica mais no campo do desejo e da proposta e menos no campo da análise concreta das tensões, conflitos e confrontos que marcam esta “conexão” que vai se realizando.

E esta visão acima do real, do conflitivo, aparece ainda com mais força no capítulo seguinte - A expansão da consciência, no qual o autor revela sua visão de como se constitui a sociedade hoje, acima das diferenças de classe e das disputas reais. A expressão máxima dessa visão é assumida claramente no seu chamado ‘credo espitemológico’, no qual afirma: “O mundo não precisa de crítica, o mundo precisa de amor”.

Lévy afirma que a identificação com uma classe, com uma casta, ou com um título é sempre uma retração da consciência. Mas, o não reconhecimento da existência delas e de seu papel no conflito social, também não representa uma retração?

Na visão sociológica de Lévy, não existem categorias sociais, mas somente pessoas capazes de ter o coração e o espírito mais ou menos vasto. Uma verdadeira sociologia do

amor. Em diversos momentos deste capítulo nos deparamos com visões que se distanciam sobremaneira da busca científica e beiram trabalhos de auto-ajuda ou de misticismo.

E esta verdadeira pregação, volta com força no fechamento do trabalho, na conclusão. O autor afirma: “A humanidade logo irá compreender que quanto mais ela amar a si mesma, mais ela evitará as guerras, os conflitos, as violências, as agressões, as obsessões, a ignorância, os preconceitos e a estreiteza de espírito, e mais formas ela perceberá”.

Como se vê, A conexão planetária se constitui num momento de mais clara afirmação das convicções de

Pierre Lévy. Convicções que apareciam de maneira dispersa e menos intensa e clara em outras obras, apesar de já terem sido identificadas e criticadas.

Uma visão contraditória, já que ele defende o sistema e a lógica que perpetra justamente o oposto dos valores que ele acaba por levantar como perspectiva. Falta conexão entre suas posições sobre liberalismo e capitalismo, seu desejo de amor e fraternidade e a realidade. São universos distintos que não dialogam.

No entanto, pelos méritos e deméritos, o livro é indispensável para quem pensa a sociedade contemporânea e o ciberespaço.

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@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



Edições Anteriores

No. 01- 1º semestre de 1998

Comunicação e Cidade: entre Meios e Medos,
de *Jesús Martín-Barbero*
Benedito Ruy Barbosa: Intertextualidade e
Recepção,
de *Arma Maria Balogh*
Entrevista: Violência e o mundo da recepção
televisiva,
com *Sérgio Adorno*
Comunicação e Cultura: um novo olhar,
de *Maria Luíza Mendonça*
A Recepção sendo reinterpretada,
de *Mauro Wilton de Sousa*
Bibliografia Comentada,
pelo *Grupo de Estudos de Práticas de Recepção*
a *Produtos Mediáticos*

No. 02- 2º semestre de 1998

O espectador-consumidor: de olho no bolso,
de *Caroline Eades*
Rádio: interatividade entre rosas e espinhos,
de *Gisela Svetlana Ortriano*
Debate: O controle social da TV,
com *Marta Suplicy*
Estudo sobre o conceito de mediação,
de *Luiz Signates*
Bibliografia Comentada: O tema da recepção
mediática na bibliografia nacional - uma
aproximação inicial,
pelo *Grupo de Estudos de Práticas de Recepção*
a *Produtos Mediáticos*

No. 03-1º semestre de 1999

O espaço público: perpetuado, ampliado e
fragmentado,
de *Bernard Miège*
Práticas de recepção mediática como práticas de
pertencimento público,
de *Mauro Wilton de Sousa*
Entrevista: Práticas de recepção e a centralidade
da cultura,
com *Renato Ortiz*
O jornal e o jornalista: atores sociais no espaço
público contemporâneo,
de *Fernando Resende*
Bibliografia Comentada: Esfera pública e
comunicação,
por *Luiz Signates* e
Mauro Wilton de Sousa

No. 04- 2º semestre de 1999

Alice no País do videodrome: de como os
receptores foram tragados pela interatividade da
comunicação eletrônica,
de *Ciro Marcondes Filho*
Acontaminação da AIDS pelos discursos sociais,
de *Antonio Fausto Neto*
Entrevista: Globalização e Comunicação
com *Octavio Ianni*
Internet e Ação Comunicativa como elemento do
Espaço Público sob uma perspectiva
habermasiana: crise e transição,
de *Ronaldo Nunes Linhares*
Bibliografia Comentada: Estudos culturais e
recepção,
por *Ana Carolina Escoteguy*

No. 05- 1º semestre de 2000

Desvendando o mapa noturno: análise da
perspectiva das mediações nos estudos de
recepção,
de *Maria Salett Tauk Santos*
e *Marta Rocha do Nascimento*
Dos meios às instituições: caminhos pós-
habermasianos para se pensar a comunicação,
de *Luiz Signates*
Entrevista: O processo de recepção e as
tecnologias de comunicação,
com *Arlindo Machado*
Sociedade, novas tecnologias de comunicação e
a possibilidade de articulação de espaços públicos
de debate e embate,
de *Rovilson R. Britto*
Bibliografia Comentada: Pode-se amar a
televisão?,
por *Arlindo Machado*
Estudos mostram o limite potencial da televisão,
por *Esther Hamburger*

No. 06- 2º semestre de 2000

O gancho - da mídia impressa às mídias
eletrônicas,
de *Maria Cristina Castilho Costa*
Emoção e desejo em processos de escrita rumo a
uma educação autopoietica,
de *Maria Luíza Cardinale Baptista*
Entrevista: A TV que construímos,
com *Esther Hamburger*
e *Roberto Moreira*
Estudo de recepção: o mundo do trabalho como
mediação da comunicação,
de *Roseli Figaro*
Bibliografia Comentada: Estudos Culturais e
recepção,
por *Rafael Gioielli*

No. 07- 1º semestre de 2001

Notas para uma teoria do espectador nômade,
de *Fernando Mascarello*
As noções de texto e discurso nos Estudos
Culturais: Stuart Hall, David Morley e John Fiske,
de *Paula Rodriguez Marino*
Entrevista: A recepção mediática e a pluralidade
cultural,
com *Regina Festa*
A percepção do paulistano sobre a programação
televisiva,
de *Oriana Monarca White*
Bibliografia Comentada: Prática de recepção
mediática - o pertencer ao comum social,
por *Mauro Wilton de Sousa*

No. 08- 2º semestre de 2001

Comunicação e reflexividade,
de *Lavina Madeira Ribeiro*
A screen-theory e o espectador cinematográfico:
um panorama crítico,
de *Fernando Mascarello*
Entrevista: Poética da Imagem,
com *Eduardo Peñuela*
O direito à informação e o dever de informar,
de *Elizabeth Saad Corrêa*
Bibliografia Comentada: Os 50 anos da Televisão

Brasileira

por *Ronaldo Mathias* e *Wildney Feres Contrera*

No. 09- 1º semestre de 2002

A leitura interpretativa das telenovelas,
de *Márcia Gomes Marques*
À luz com as massas mediáticas: o prazer como
mediação no contexto da recepção,
de *Christian Godoi*
Entrevista: Ficção e o processo comunicacional,
com *Maria Cristina Costa*
Propriedade Intelectual e Recepção,
de *Guilherme Ranoya*
Bibliografia Comentada: "Ficção, Comunicação
e Mídias",
por *Ronaldo Mathias*

No. 10-2º semestre de 2002

Comunicação, recepção e consciência possível -
a contribuição de Lucien Goldmann,
de *Celso Frederico*
Telenovelas e redes de sociabilidades,
de *Roberta Manuela Barros de Andrade*
Entrevista: As telenovelas e práticas culturais,
com *Maria Lourdes Motter*
Televisión, Telenovelas y la construcción del
conocimiento en las sociedades contemporáneas,
de *Mareia Gomes Marquez*
Bibliografia Comentada: Telenovelas -um olhar
sobre a produção acadêmica,
por *Maria Ataíde Malcher*

No. 11 - 1º semestre de 2003

Ciências de la comunicación y sociedad: un
diálogo para la era digital - perspectivas
mundiales,
de *Lorenzo Vilches*
Linguagens de pertencimento: modalidades de
intermediação, práticas culturais e identitárias,
de *Rosana Martins*
Entrevista: A Cidade do Conhecimento,
com *Gilson Schwartz*
O comum mediático e o pertencimento nas práticas
de recepção em comunicação,
de *Mauro Wilton de Sousa*
Bibliografia Comentada: Estratégias para a mídia
digital
por *Guilherme Ranoya*

No. 12-2º semestre de 2003

Estudo sobre o conceito de mediação e sua
validade como categoria de análise para os
estudos de Comunicação,
de *Luiz Signates*
Mediações sociais e práticas escolares
de *Marcelo Henrique Leite*, *Mauro Wilton de*
Sousa, *Rafael Pompêia Gioielli*, *Ronaldo*
Mathias
Entrevista: A Educomunicação,
com *Ismar de Oliveira Soares*
Cidade de Deus - Refrações contemporâneas do
cinema brasileiro,
de *Wilton Garcia*
Bibliografia Comentada: Comunicação e Educação
ou Educomunicação?
por *Eliany Salvatierra Machado*



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Adolpho Melphi
Reitor

Hélio Nogueira da Cruz
Vice-reitor

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Waldenyr Caldas
Diretor

Luis Millanesi
Vice-diretor

DEPARTAMENTO DE CINEMA, RÁDIO E TV

Maria Dora Genis Mourão
Chefe do Departamento

Esther Imperio Hamburger
Chefe Suplente

**São Paulo
2004**



apoio:



Pró-Reitoria de Cultura e Extensão



realização:

