

Resenha

## Por uma outra midiatização

MORAES, Dênis (Org.). *Mutações do visível: da comunicação de massa à comunicação em rede*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas Editora 2010.

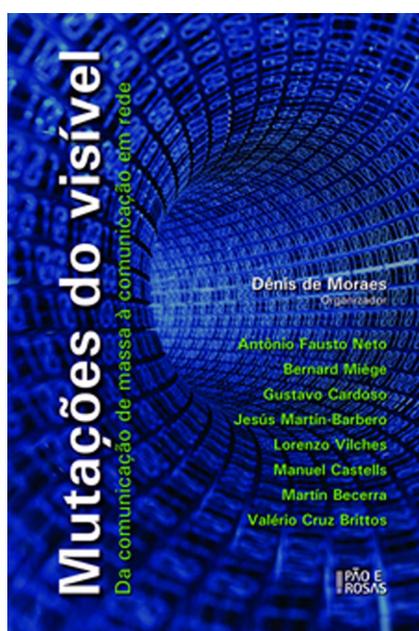
ISBN: 978-85-62501-01-2

DOI:10.3395/reciis.v4i4.417pt

### Igor Sacramento

Doutorando em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ) e pesquisador do Observatório Saúde na Mídia (Laces/ICICT/Fiocruz).

igorsacramento@gmail.com



Dênis de Moraes é um dos mais importantes pesquisadores da Comunicação no Brasil. Desde 1997, ele vem se dedicando, com enorme vigor crítico, à análise do fenômeno da midiatização, preparando livros que promovem instigantes observações sobre as transformações sociais do nosso tempo. Naquele ano, ele publicou a coletânea *Globalização, mídia e cultura contemporânea*, no qual estão reunidos seis ensaios sobre a centralidade das corporações, indústrias e tecnologias midiáticas no processo de globalização econômica. No ano seguinte, lançou o livro *Planeta Mídia: tendências da comunicação na era global*, em que analisa como o predomínio dos oligopólios de mídia foi produzido pelas desregulações e pela consequente proposição de autorregulações, ou seja, gestadas exclusivamente pelo mercado. Naquele momento, houve uma deliberada

omissão dos poderes públicos em seu papel regulador. Todos esses acontecimentos fizeram parte do avanço do neoliberalismo na sociedade. Em 2001, Dênis publicou *O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia*. Estudou os fenômenos midiáticos contemporâneos, marcados pela aceleração tecnológica do tempo, pela globalização dos mercados, pela hegemonia das corporações multimídias e pela consolidação da internet como principal mídia global. Nesse contexto, argumentou que os movimentos sociais não deveriam se limitar a “espaços virtuais”, mas articular o concreto ao virtual, para, assim, abalarem a hegemonia. Em 2003, ele organizou a coletânea *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*, na qual encontramos um rico panorama de alternativas no combate à hegemonia da globalização tecnomercantil. Seguindo a

dimensão utópica dos livros anteriores – de proposição de novos lugares possíveis para a crítica e as transformações sociais –, Dênis lançou *Combates e utopias: os intelectuais num mundo em crise*, no qual reuniu importantes autores que enfatizaram que a tarefa do intelectual ainda é promover a mudança social, baseada na solidariedade e na igualdade. Em 2006, com a organização de *Sociedade Midiatizada*, ele volta ao tema do avanço do domínio das tecnologias midiáticas e do mercado global na sociedade capitalista contemporânea. Em 2009, escreveu *A batalha da mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios*, em que retomou a análise de alternativas críticas ao contexto contemporâneo, apresentando as políticas contra-hegemônicas de comunicação adotadas por países latino-americanos e os desafios que os governos ainda têm de enfrentar.

Agora, em 2010, Dênis, mais uma vez, contribui para o pensamento crítico com *Mutações do visível: da comunicação de massa à comunicação em rede*. Desta vez, ele convidou oito destacados pesquisadores, aliando-se a eles, para analisar as “mutações de uma época de comunicação generalizada e em rede, na qual a vida social, as mentalidades, os valores e os processos culturais parecem estar definitivamente vinculados a telas, monitores e ambientes virtuais” (p.15). É um momento de muitas ambivalências. Apesar da larga oferta de serviços públicos online, de funcionalidades múltiplas nos celulares, de redes sociais virtuais, de espaços colaborativos, de acervos de produções multimídias, de redes educativas e intercâmbios audiovisuais, a maior parte da população mundial está excluída desses avanços tecnológicos. Agora, antes de conseguirmos a partilha equânime dos espaços e bens materiais, somos impelidos a lutas pela partilha também equânime dos espaços e bens virtuais. Dênis, já na sua *Apresentação* ao livro, nos garante que temos de articular as lutas numa só: contra todas as exclusões de nosso tempo e a favor da igualdade social.

No primeiro capítulo, “Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação”, Gustavo Cardoso demonstra que a característica do sistema midiático contemporâneo não é a convergência tecnológica, como muitos acreditam, mas a sua organização em rede, associando a dimensão tecnológica à organização econômica e à apropriação social (p.25). Dessa forma, o autor atribui um duplo sentido à comunicação em rede. Refere-se às redes nas quais se tecem o atual sistema midiático, mas também à rede mundial de computadores, a internet. Por isso, acaba enfatizando seu sentido mais usual e forçando a crença na ruptura entre a comunicação de massa e a comunicação online.

Em seguida, Valério Cruz Brittos, em “Midiatização e produção tecnológico-simbólica no capitalismo contemporâneo”, parte de considerações sobre as transformações das comunicações no capitalismo, para se deter no contexto contemporâneo, dominado pelo neoliberalismo, pela globalização econômica e pela midiatização. Nesse momento, renovam-se as esperanças democráticas tendo como mote as dinâmicas midiáticas. Com isso, os movimentos sociais têm como objetivo a visibilidade de suas questões no espaço público midiático. No entanto, apesar de estratégica, ela não pode esgotar as ações desses movimentos. Afinal, a esfera pública não se esgota nas suas articulações com as mídias.

O terceiro capítulo da coletânea é de autoria do próprio Dênis, um dos maiores conhecedores da obra de Antonio Gramsci no Brasil. Em “Gramsci e as mutações do visível: comunicação e hegemonia no tempo presente”, ele empreende uma análise contundente sobre como o pensamento crítico daquele filósofo marxista italiano é fundamental, como fonte de inspiração, para o enfrentamento da hegemonia no atual contexto da midiatização. Gramsci nos faz entender que a hegemonia não é monolítica, mas é resultado das “medições de forças entre blocos de classes em dado contexto histórico”. Sendo assim, ela pode ser “reelaborada, revertida e modificada, em um longo processo de lutas, contestações e vitórias cumulativas” (p.78). Portanto, nem mesmo a hegemonia dos processos e práticas de midiatização, que parecem dominar a vida social, são um dado incontestável. Ainda temos de seguir com usos e projetos contra-hegemônicos para as mídias, acompanhando a pujante necessidade de “uma ordem pública fundada na partilha equânime das riquezas, na participação social e no pluralismo” (p.105).

Em “Transformações do campo jornalístico na sociedade midiaticizada: as estratégias de celebração e consagração”, o quarto capítulo do livro, Antonio Fausto Neto retoma e aprofunda reflexões sobre as mudanças do estatuto do jornalismo e dos seus modelos de enunciação no percurso de uma “sociedade dos meios” para a “sociedade midiaticizada”. Se na “sociedade dos meios”, o jornalismo se constituía numa “fala intermediária” entre os outros campos sociais, na “sociedade midiaticizada” os protocolos jornalísticos, bem como os midiáticos, de modo geral, expandiram-se, de forma bastante expressiva, pelo tecido das mais diferentes práticas sociais. Nesse momento, o autor evidencia estratégias de celebração e de consagração do jornalismo e de jornalistas. Fausto Neto analisa as manifestações desses procedimentos discursivos na revista *Imprensa*.

Dando continuidade ao livro, Martín Becerra, em

“Mutações na superfície e mudanças estruturais: América Latina no Parnaso informacional”, mostra que as formas de políticas de comunicação presentes na sociedade da informação, marcadas pelos conglomerados midiáticos, têm sido subordinadas às regulamentações do mercado.

Esse texto encerra a *Parte I* do livro, sobre as estratégias e políticas de comunicação no contexto da midiática. A *Parte II* concentra-se nas possibilidades criativas, inovadoras e contestatórias de uso das tecnologias de comunicação.

Bernard Miège começa essa discussão em “A questão das tecnologias da comunicação: novas perspectivas”. Produz um novo esquema de análise das tecnologias diante do arraigamento social delas, no qual se evidenciam a informacIALIZAÇÃO, a midiática, a ampliação da esfera midiática, a mercantilização das atividades comunicacionais, a generalização das relações públicas, a diferenciação das práticas sociais e a transnacionalização das atividades e fluxos infocomunicacionais. Nesse esquema analítico, além de levar em conta “o que existe de específico nas técnicas tão particulares que intervêm no domínio (transversal ao conjunto das atividades humanas e sociais) da informação e da comunicação” (p.163), ele considera as relações entre informação e comunicação, a localização dos movimentos detectados numa temporalidade bem especificada e o esclarecimento da própria questão da inovação.

Em seguida, o texto de Manuel Castells, “Criatividade, inovação e cultura digital: um mapa de suas interações”, apresenta, com clareza, reflexões sobre a criatividade e a inovação na cultura digital. Num momento marcado pela globalização e pela digitalização, as tecnologias de comunicação colocam-se como lugares para desenvolvimento do conhecimento e de novas habilidades para comunicar numa linguagem digital comum, para comunicar em tempo real e modo interativo, para conviver com múltiplas modalidades de comunicação, para utilizar diferentes redes e bancos de dados digitais, para reconfigurar todas as atuais configurações, produzindo novos sentidos para a comunicação, e para constituir novas formas de trabalho colaborativo em rede, possibilitada pela Web 2.0.

Lorenzo Vilches, em “É possível uma estética das tecnologias da comunicação?”, analisa comparativamente dois universos de representação simbólica no ambiente digital: a Web 1.0 e a Web 2.0. Comenta que a Web 1.0 pertence à era da comunicação em massa, enquanto a Web 2.0, à da comunicação em rede, permitindo novas formas de interação, pensamento e sensações. Com isso, estaríamos vivendo um novo modo de configuração das esferas do público e do privado.

Encerrando o livro, temos o magistral texto de Jesús Martín-Barbero, “Convergência digital e diversidade cultural”. Ele nos lembra que, sob o mito da convergência tecnológica, temos nos cegado diante da diversidade cultural e acreditado que todas as diferenças sociais, culturais, étnicas e sexuais se resumiram – ou se apagariam – na busca pela inclusão digital, tornada a luta mais urgente de todas. Na verdade, a alfabetização digital deve estar aliada à alfabetização, a inclusão digital, à social, e a diversidade cultural, à convergência tecnológica.

O livro não cede aos apelos conservadores do deslumbramento com o novo. Pode parecer um paradoxo perceber conservadorismo nos apologistas do novo. Não é. Sabemos que a ideologia progressista – da conquista do moderno pelo avanço das práticas capitalistas – levou a uma série de exclusões, desigualdades, descompassos, autoritarismos e injustiças. Atentos a isso, os autores não celebram o novo fenômeno midiático – a comunicação em rede –, que já não é mais tão novo assim, como sendo *em si* um empoderamento dos sujeitos, agora sinônimos de consumidores ou usuários. Esse empoderamento até existe, na medida em que eles podem assumir o papel de produtores nas e para as mídias digitais, deixando a posição de receptores. Todavia, supostamente empoderados, podem estar produzindo uma “autocomunicação de massa” (CASTELLS, 2007), reproduzindo a linguagem midiática hegemônica de modo singular e pessoal. Talvez este seja, até agora, o maior avanço da midiática: a conquista – ou a *colonização* (não nos esqueçamos de Habermas) – da vida.

Como muito bem pontua Marco Aurélio Nogueira em seu *Prefácio* ao livro, não vivemos uma passagem absoluta para o que seria o “novo estágio” da evolução midiática. De fato, vivemos um momento que não é marcado pelo desaparecimento dos antigos formatos midiáticos, presentes no livro, no jornal, no rádio ou na televisão. Na verdade, a nova estrutura midiática *articula* o novo e o velho sob a égide da midiática, que procura permear a totalidade de nossas existências, de nossas comunicações, ações e lutas. Assim, é mais urgente a produção de alternativas concretas, por uma outra midiática.

## Referências

CASTELLS, M. Communication, power and counterpower in the network society. *International Journal of Communication*, v.1, p.238-266, 2007.

HABERMAS, J. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.