

Elementos para uma epistemologia da cultura midiática

Cláudio Cardoso de PAIVA *

Resumo

Em nossa “modernidade líquida”, as exigências pessoais e coletivas se fazem em termos do conforto, segurança e tecnologia. O lar atual tem ares de uma caverna eletrônica, em que a esfera privada se confunde com a esfera pública; e distintamente do tempo forte da cultura de massa, os indivíduos interagem ligados através de suas próprias redes de sociabilidade. Para o pior e para o melhor, estamos imersos numa cultura midiática, que exige uma epistemologia que decifre o seu sentido.

Palavras-chave: Epistemologia. Comunicação. Cultura midiática.

Abstract

Today, in our “liquid modernity”, the personal and collective requirements make themselves in terms of the comfort, security and technology. The current home has airs of an electronic cave, where the private sphere become the public sphere; and distinctly of the full time of the mass culture, the individuals interact on through its proper nets of sociability. For worse and optimum, we are immersed in a mediatic culture, that demands an epistemology that deciphers its direction.

Keywords: Epistemology. Communication. Mediatic culture.

Introdução

Desde a expansão dos audiovisuais, no século XX, por toda a parte - o fenômeno da comunicação parece se tornou mais evidente e se tornou objeto de estudo de uma área fundamental no campo das ciências humanas e sociais. A onipresença da mídia eletrônica na casa, na rua, nos espaços públicos e privados, na economia, na educação, no mundo do trabalho, dos lazes e, sobretudo, da política, concedeu um fórum privilegiado à comunicação como uma experiência vital na sociedade contemporânea.

Do celular ao satélite, do chip à clonagem humana, vislumbramos inumeráveis dispositivos tecnológicos ligados aos desejos e necessidades humanas, todos vinculados aos processos de comunicação. Tais processos constituem, igualmente, passagem

* Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB.

obrigatória dos estudos nos núcleos duros do conhecimento científico, como a astrofísica, a engenharia genética e a medicina nuclear.

As ciências da comunicação despontam no século XXI como um paradigma de esforço científico interdisciplinar; dialogando com os saberes da arte, técnica, sociedade e política, e têm formado profissionais com competências discursivas para atuarem no mercado de trabalho, e interajam decisivamente no espaço público.

Entretanto esta área do conhecimento só adquiriu fóruns de legitimidade, a partir de um refinamento do trabalho em níveis teóricos, filosóficos e empíricos, investigando os modos como os meios de comunicação (particularmente, a mídia eletrônica), imprimem efeitos de verdade às *evidências* sociopolíticas, históricas e culturais; o campo cresceu bastante ao se debruçar sobre as relações entre os indivíduos, os acontecimentos, as mídias e os seus modos de produção de verdade.

De fato, o *métier* do comunicólogo foi ganhando distinção social na medida em que propiciou formas de poder, tanto no sentido de controle, hegemonia, dominação, quanto de potência libertária, isto é, como um poder gerador de modalidades de partilha do saber sobre as mídias e as mediações sociais.

Na esfera pública popular, a comunicação se traduz pela palavra *mídia*, que tende a comprimir apressadamente todos os sentidos da *Comunicação* e, assim, de imediato, neutraliza a complexidade cognitiva e agregadora do fenômeno comunicativo, que deve ser entendido em suas relações dinâmicas com a sociedade e a cultura. Assim, cumpre demarcar desde já uma distinção entre os conceitos de *mídia* e *comunicação*, a partir de suas especificidades e diferenciações.

A comunicação é ontologicamente anterior, referindo as atrações, proximidades e vinculações sociais, traduz o regime dos afetos comunitários, as interdiscursividades e as interações coletivas. Seria de bom presságio recorrer à noção de *comunitas*, numa mesma bacia semântica que acolhe a palavra *comunicatio*, como aponta Muniz Sodré (2002), refletindo a experiência comunicativa, como expressão da vontade de agregação e sociabilidade dos seres humanos.

A palavra *mídia* nasce no mundo greco-latino como *medium*, torna-se *mass media* na acepção anglo-saxônica diante da expansão dos meios na era eletrônica e da produção da informação em série. Na imprensa, o vocábulo *mídia*, economicamente, tem substituído *meios de comunicação*, e se torna mais popular ao conferir evidência às ocorrências do dia a dia. Com efeito, o grande trunfo da mídia consiste em conceder visibilidade e dizibilidade aos indivíduos comuns e aos fatos cotidianos.

Os processos midiáticos audiovisuais são forças e intensidades que atravessam a vida social, formando, deformando e transformando os modos de existência; o sentido dessa irradiação midiática depende do empenho dos agentes sociais, da vontade de criar, da habilidade em driblar os obstáculos, no bom uso da razão comunicativa.

Ou seja, a qualidade da experiência comunicativa audiovisual, além da habilidade dos criadores e das boas condições de veiculação, está atrelada aos componentes cognitivos, éticos e políticos dos atores sociais, e sua depuração depende das modalidades de usos pelos leitores, usuários, espectadores.

Convém aceitar o fato de que os indivíduos adquirem competências cognitivas, discursivas e operacionais alimentados pelas informações midiáticas, particularmente pelo cinema e artes do vídeo. É tarefa dos estudiosos e especialistas da comunicação observar como os atores sociais interagem no espaço público, fazendo uso das redes de

comunicação; como a televisão, o cinema e o computador se tornam eficazes meios de irradiação do conhecimento, permitindo aos indivíduos uma experiência cultural eticamente mais equilibrada no que respeita às injunções da vida em sociedade.

1 Culturas líquidas, conceitos provisórios

A nossa matéria é tanto mais difícil de tratar quanto mais aparece inflacionada na trama das teias discursivas, que usam e abusam do conceito de *cultura*.

Há que se entender a *cultura no plural*, como tradução de uma experiência histórico-social, que abrange o conjunto de dispositivos mentais e físicos, cognitivos e tecnológicos, promovendo a elevação da qualidade de vida material e simbólica.

Em sua teoria da complexidade, Morin aponta para as convivências mútuas da *cultura humanística*, *cultura científica*, *cultura técnica*, *cultura religiosa*, etc; na obra *O Método* (1998), instiga os contemporâneos a enfrentarem a usarem equilibradamente as suas competências, em função das diferentes complexidades da ciência, sociedade, tecnologia, educação, ecologia, economia, política, domínios interligados, mas que não deixam de possuir autonomia e repercussões no mundo vivido.

São notáveis as possibilidades abertas com a introdução das tecnologias midiáticas; no plano psicológico e social, tal acontecimento trouxe formas de autonomia e socialização: o *walking man*, as câmeras portáteis, o vídeo, o gravador, o controle remoto, são extensões dos homens e mulheres, concedendo-lhes maior liberdade de escolha, e tudo isso têm forjado uma *cultura das mídias* (SANTAELLA, 1992), transfigurando o ambiente que fora hegemonicamente dominado pela cultura de massa.

Os novos modos de acesso e utilização dos meios eletrônicos têm estimulado sensorialmente e cognitivamente as mentes dos usuários, e têm concedido dinâmica e agilidade ao trabalho investigativo e operacional dos profissionais de comunicação. Os multimeios eletrônicos, desde os anos 80, de maneira pós-massiva, têm funcionado como radares, e segmentadamente captam os desejos e as expectativas do público consumidor, que - por sua vez - têm aprendido a tirar proveito da *midiatização social*.

O traço mais marcante da experiência cultural na “idade mídia” é a maneira como os indivíduos entrelaçam os seus discursos e ações cotidianas com as informações midiáticas. As discussões públicas e privadas, no Brasil, são intercaladas pelas leituras e interpretações que se fazem sobre as telenovelas, os filmes, os textos, imagens e sons da internet; as narrativas audiovisuais atuam vigorosamente no imaginário coletivo.

Caberia às escolas de comunicação a concentração de esforços pedagógicos para uma reflexão sobre os usos estéticos, ético-políticos e cognitivos dos meios eletrônicos; é preciso compreender os dispositivos midiáticos como vetores de experiências de aprendizagem que se realizam entre a escola, a rua e o mercado.

Desde os anos 80, com a disseminação dos estudos das mediações no âmbito da recepção e consumo - com Martin-Barbéro (2006) e Canclini (1989) atualizando os *cultural studies* - encontramos análises relevantes sobre o papel ativo dos usuários e receptores como cidadãos, o que é importante principalmente para libertar a perspectiva crítica presa aos jargões como “imperialismo”, “alienação” e “indústria cultural”.

No campo das ciências da comunicação, os estudos críticos não cessaram de perseguir os paradoxos e contradições da globalização econômica e cultural.

Baudrillard, desde o estudo dos “*mass media*, sexo e lazeres”, na *sociedade de consumo* (1970), até as *mitoironias* (1997), articulando um *pensamento radical*, atualizou a crítica das mitologias da sociedade midiaticizada; os seus conceitos de *simulacros* e *simulações* (1981), hoje têm adornado as teses sobre cultura, criticando a (des)realização midiática como apagamento da parte viva e lúcida da realidade.

Muniz Sodré, por seu lado, apresenta um programa teórico de leitura crítica da comunicação, que ultrapassa as noções e conceitos de “indústria cultural” (forjado pela Escola de Frankfurt), e transcende os diagnósticos fatais da *sociedade do espetáculo*, feitos por Debord (1997), desvelando os efeitos do *monopólio da fala* televisiva, as irradiações da TV como *máquina de narciso* (1984), o “*ethos mediatizado*” (2002) e o império (de uma estética) do *grotesco* (SODRÉ e PAIVA, 2002), instâncias que atravessam todas as esferas da vida cotidiana.

Num universo em desequilíbrio, em que o Norte e o Sul do planeta participam e usufruem desigualmente dos fluxos culturais e comunicacionais, as teorias críticas são cada vez mais necessárias; contudo, precisam da dimensão compreensiva, necessitam permanentemente fazer a sua autocrítica e atualizar os seus debates num ambiente que se encontra em constante transformação. Para compreender a cultura midiática, convém perceber como os agenciamentos afirmativos, historicamente, têm encontrado os meios para atuar, através das brechas dos sistemas aparentemente blindados.

2 Mídias radicais & cultura do espetáculo

Faz-se necessário articular um discurso crítico e compreensivo sobre a interface comunicação e cultura, observando os diversos agenciamentos dos atores sociais, dentro e fora dos circuitos midiáticos. Simultaneamente à mercantilização e espetacularização do pensamento, da vida e da linguagem pelos meios massivos, não cessam de proliferar discursos e ações corajosos e indignados; no espaço público; os atores sociais, a partir de suas vivências comunitárias, mesmo de modo passageiro, não deixam de inserir táticas comunicativas inteligentes que sobressaltam a rotina globalizada e excludente.

A *aldeia global* é uma arena em que se disputam as *mídias radicais*, veiculando os discursos e ações afirmativas de vastos setores sociais, conforme alertam, a partir de diferentes ângulos, Wolton (2006), Downing (2002), Trigueiro (2008), Lemos (2004).

Cumprir explorar os modos como os processos midiáticos conseguem catalisar as experiências cotidianas, pois ali habitam artistas, pensadores, estetas, intelectuais que, de maneira sensível e inteligente, apresentam ao público um trabalho elaborado, um olhar crítico, esclarecedor, que incita sólidos métodos de interpretação e vigorosas modalidades de conhecimento. O especialista em cultura midiática precisa apreender as informações como vetores de entretenimento e como vetores de cognição e comunicabilidade, ou seja, precisa enfrentar as mídias percebendo como o uso dos seus dispositivos pode incrementar formas ativas de subjetividade e sociabilidade.

Esta seria uma das funções das escolas de comunicação (em níveis de graduação e pós-graduação), que não podem prescindir de uma base epistemológica que traduza as experiências sociais e suas complexas interfaces midiáticas; aí reside a sua razão de ser, aí repousa a sua legitimidade.

A academia enriquece ao oferecer um ambiente de leitura e discussão, ao instigar o trabalho de reflexão, a paciência do conceito, que advém do pensamento filosófico, do

rigor e formalização do conhecimento científico, que não deve ser confundido com a mera utilização de uma “linguagem difícil”.

Para trabalhar no contexto de produção, avaliação e difusão da cultura midiática, o profissional precisa dedicar um tempo de sua agenda para pensar, refletir e entender os processos midiáticos, os audiovisuais, como modalidades de experiências culturais que se perfazem entrelaçadas aos processos industriais, comerciais e tecnológicos. Uma das competências da epistemologia da comunicação consiste em fornecer elementos para se decifrar os níveis de interação entre os indivíduos, as mídias e as complexas estruturas sociais, políticas e tecnológicas.

4. Origem e significado da cultura midiática

Toda origem é cinzenta e toda genealogia, nublada, já dizia Foucault (1982) relembando Nietzsche, em sua *Microfísica do Poder*. Mas a imprecisão é irritante quando se trata de definir um conceito, seguir um itinerário na história da cultura, quando é preciso rigor na contemplação do ritmo da vida cotidiana, em sua organicidade, sua vigorosa duração e extrema vitalidade.

E aí, desde já uma questão se coloca: desde quando é possível, entre nós, falarmos em uma cultura das mídias e cultura audiovisual? Quando falamos em *cultura midiática* apreciamos as conexões entre a oralidade, visibilidade e tecnicidade, num momento em que deixamos de ser meramente agentes passivos numa comunicação e formação cultural massiva, excludente e vertical, e passamos à condição de agentes ativos num processo mais participante, interativo, literalmente comunicacional. Eis uma perspectiva que concebe a *cultura midiática* como afirmativa, na medida em que esta pode levar os indivíduos e grupos sociais a modalidades de des-envolvimento, pela utilização dos processos técnicos como meios de intervenção na realidade, o que significa a conquista da autonomia, emancipação e inclusividade.

Desde os anos 70 uma revolução silenciosa começou, no contexto da história da comunicação e da cultura brasileira. O Estado repressivo criou, planejou e engendrou um contexto propício à disseminação de uma cultura da audiovisualidade, com a criação da EMBRAFILME e da EMBRATEL (simultaneamente à fundação do MOBRAF), gerando uma *comunidade imaginada* do país. Ironicamente, encontramos aí os caminhos para uma aproximação da segunda pele do país, que chamamos de cultura. E é interessante perceber que - simultaneamente à repressão - importantes dispositivos comunicacionais alternativos demarcaram um território audiovisual de resistência e definiram uma produção cultural muito rica, que hoje tem alimentado inteligentemente a imaginação midiática, em formatos analógicos e digitais. As criações dos artistas, intelectuais, poetas, *outsiders*, visionários, nos espaços do cinema, teatro, música, jornalismo, de maneira crítica e inventiva, são disseminadas hoje, energizando a programação das diversas redes de comunicação.

A partir dos anos 70, a Rede Globo conseguiu a façanha de realizar a *integração nacional* das imagens e sons dos diferentes recantos da nação. E, se aqueles foram anos de chumbo na política, foram anos de ouro no mercado. O barateamento dos preços, dos financiamentos e crediários facilitou o acesso, e popularizou a TV no Brasil, inaugurando a dita “cultura popular de massa”, como designa Renato Ortiz (1988). Este autor descreve os termos de uma “moderna tradição brasileira”, para nomear um outro

estágio na história da cultura, em que as mídias ajudam a pensar, dialogando (e atualizando) as leituras de arautos como Sérgio Buarque de Holanda, Caio Prado Junior e Gilberto Freyre, intérpretes (e explicadores) da cultura brasileira.

Sua originalidade reside em incluir os meios audiovisuais na história do pensamento social e da vida cultural, mas o faz aterrorizado; sua geração, assombrada pelo espectro de Marx e o conceito de “indústria cultural”, engessou o pensamento crítico, gerando preconceitos com relação aos audiovisuais; não puderam prever os usos das mídias na época da sua sedimentação, mobilidade, nem as transfigurações estéticas, tecnológicas e cognitivas favoráveis às interações positivas de setores sociais sensíveis e transformadores, desmontando o sentido vertical da cultura de massa e remontando procedimentos midiáticos, comunitários, substancialmente comunicacionais.

Seria preciso a atuação teórica de mentes cinematográficas, como a de Arlindo Machado, estudando *a ilusão especular* da fotografia (1986), *a arte do vídeo* (1988), a televisão (2000), *os cinemas e pós-cinemas* (1997), para haver uma virada na história dos estudos midiáticos. Sua trajetória investigativa recobre desde os meios massivos até os equipamentos móveis de cultura midiática, instaurados pelo ciberespaço (2007). No contexto epistemológico da comunicação, Machado consolida uma vertente semiótica, lúcida e perspicaz no exame da cultura midiática e o faz, sobretudo, atento à inovação das técnicas, no esmero da produção estética e utilização dos multimeios na elaboração de linguagens criativas.

A intensidade do processo cultural mediado pelos dispositivos midiáticos favoreceu uma espécie de metástase das imagens, que proliferaram e multiplicaram-se, irradiando-se por toda parte, principalmente a partir dos anos 80, com a onda da globalização. E aí já não podemos falar em era do rádio, século do cinema, nem império da televisão; tem-se finalmente um processo cultural global, intermediário e intersemiótico, gerador de diferentes estilos de pensamentos, discursos e ações na esfera da vida cotidiana; os meios em expansão no espaço público vão estimular os usos inéditos dos objetos técnicos, através de criações inusitadas e bem elaboradas.

Os objetos midiáticos em profusão, “livros, discos e vídeos à mão cheia”, os dispositivos portáteis, câmeras, projetores, acessíveis aos consumidores e cidadãos, como escreve Canclini (1999), vão imprimir um sentido diferente aos modos de entender, falar e agir no contexto sociopolítico e comunicacional da praça pública. Esta “nova” nebulosidade midiática e comunicacional, enfatizada como “cultura das mídias” (SANTAELLA, 2003), propiciou uma base conceitual fecunda para uma epistemologia da comunicação; caberia apenas reconhecer o estatuto de provisoriedade do conceito, que busca apreender o sentido de uma configuração sociocultural em veloz transformação.

A função dessa epistemologia da comunicação consistiria assumir uma postura hermenêutica, crítica e compreensiva, face ao conhecimento comum em diálogo com os saberes especializados; consiste numa filosofia e uma ciência do presente mirando os *signos em rotação*, um saber ligado aos fatos do cotidiano, com tudo o que estes contêm de nômade, mutante e transitório, mas que não deixam de revelar o *espírito do tempo*.

5 O poder das mídias e das identidades culturais

O que se pode fazer em termos epistemológicos, cognitivos, na trilha de um *pensamento comunicacional* (MIÈGE, 2000), é observar o estatuto das ocorrências midiáticas, em sua intensidade e brevidade, suas conexões com a lógica do vivido, a organicidade dos acontecimentos presenciais (e virtuais), e a partir daí, acolher as suas positivities, as suas evidências sensíveis.

É de olho na teia intersemiótica, politécnica e multicultural, que varre o campo das relações entre os indivíduos e as mídias, que se pode enunciar uma epistemologia da comunicação, que não pode ser construída a partir de um discurso definitivo sobre o seu objeto, mas que se instaura sob a forma de um “conhecimento aproximado”.

Uma epistemologia da comunicação e da “cultura da virtualidade real” precisa considerar o estágio nômade, mutante e interativo dos indivíduos na sociedade em rede. Se há redes tecnológicas, há redes de sociabilidade interagindo afirmativamente, no que concerne à consciência histórica, social e política, como sugere Castells (1999), que enfatizou *o poder da identidade*, mostrando as estratégias de participação dos segmentos sociais ideologicamente minoritários na esfera pública, na era da informação.

Muniz Sodré - por sua vez - mergulhou profundamente nas zonas de turbulência da cultura midiática; o autor desvelou as influências da televisão na formação dos estados individualistas e excludentes, observando-a como uma *máquina de narciso* (1984), que exerce um poder perverso, ridicularizando os defeitos, fraquezas e infelicidade das pessoas, através de uma estética do grotesco (SODRÉ e PAIVA, 2002), tanto sob a hegemonia da cultura de massa, mas também nos tempos do virtual (SODRÉ, 2002).

A recorrência às obras desses autores, filiados a distintas linhas de pesquisa, levam-nos a contemplar as vertentes da cultura midiática, em suas imbricações com a economia e sociedade, as instituições e o mercado, os modos de produção da subjetividade, a afirmação das identidades e construção da cidadania.

Sodré atualiza uma história da cultura brasileira, sob a influência das mídias; reconhece e enfrenta a tradição cultural, e ao mesmo tempo, compreende e critica as formações culturais midiáticas. Em obras como *O social irradiado* (1992) e *Sociedade Mídia e violência* (2002b), vai fundo no exame das conexões entre os processos midiáticos e as distorções socioeconômicas e políticas, legando uma contribuição fecunda para um entendimento da cultura das mídias no Brasil.

Fazendo leituras transversais de autores díspares como Lasch (1983), Jeudy (2001), Baudrillard (1991), percebe os simulacros de democracia forjados pela mídia, e critica a simulação, no Brasil, dos direitos, liberdades e igualdades por um sistema perverso, que é mutuamente técnico, econômico, político e midiático.

Antropológica do Espelho (2002) é uma obra que atualiza e amplia um enfoque já presente em *Máquina de Narciso* (1984), compreendendo os indivíduos, o exercício da autonomia e participação social, num contexto adverso, em que a ética, a educação, o conhecimento, as estruturas tradicionais da vida cotidiana concorrem com as mídias.

Uma epistemológica empenhada em descrever, discutir, problematizar a vida cultural, por exemplo, na era dos *reality shows*, pode encontrar subsídios para uma crítica da espetacularização do real, como sugere Debord (1997); e aí, convém fazer

uma ressalva, o espetáculo jamais oblitera o mundo vivido, situado muito além do espetáculo.

6 Para além da midiofobia

Um saber sobre a complexidade das relações entre os indivíduos e as mídias, incluindo os mercados audiovisuais (analógicos e digitais), não se esgota a partir de uma mirada na sociedade midiaticizada, vista como expressão da decadência. Bakhtin, leitor da *Poética de Dostoiévsky* (1981), proclama a necessidade de uma contemplação dialógica da cultura, e à sua maneira, aponta para o poder das mediações sociais face aos meios dominantes. Estudando a cultura popular na idade média e no renascimento, incita à utilização do conceito de “carnavalização”, como um modo de subversão da ordem cultural hegemônica. De algum modo, Bakhtin, refaz analogamente, o caminho teórico dos modernistas e a estética da antropofagia cultural. E podemos vislumbrar as incidências dessa estética no âmbito da cultura midiática, mirando a obra de Dias Gomes, de Guel Arraes, apreciando as migrações das narrativas dos livros aos filmes e aos DVDs. Uma exemplar lista de produtos desde *Macunaíma*, *Tudo Bem* e *Bye Bye Brasil*, até um recente fenômeno transmidiático como o filme *Tropa de Elite*, atesta processos vigorosos de uso das mídias e dos audiovisuais, como motores transgressivos, criadores e libertários, empenhados na arte fazer transbordar a cultura.

De seu lado, explorando as formas culturais em suas conexões midiáticas, Barbéro e Rey (2001) nos instigam a observar como o poder das mídias é sempre relativizado pelas modalidades de conexões entre a oralidade, a visualidade e a tecnicidade, que definem o estado da cultura, como produto dos encaixes e desencaixes das identidades híbridas de cada lugar. E neste sentido, concorda com Canclini, mostrando como se desenham as interfaces sociais da comunicação e das *culturas híbridas* (2006), por exemplo, na América Latina e no Brasil.

Nos anos 80, surgiu um mercado editorial inteligente e vigoroso, que tem atualizado o diálogo interdisciplinar nas universidades e nas diferentes áreas do conhecimento. O trabalho do filósofo Adauto Novaes (expresso nos cursos, conferências e compilações editoriais) tem irrigado uma epistemologia da comunicação, pois, reunindo expoentes de vulto da *inteligência brasileira*, fornece *insights* luminosos, que circunscrevem campos epistêmicos sobre a experiência da comunicação e dos audiovisuais. Novaes tem orquestrado uma série de pensadores, estetas e críticos, advindos de setores diferentes, contribuindo para a disseminação de um pensamento complexo, que irriga as grandes reflexões dos comunicólogos, sociólogos, semioticistas, antropólogos, estudiosos da cultura audiovisual; as obras *O olhar* (1988), *A Rede Imaginária* (1991) e *Muito além do espetáculo* (2005) têm fecundado boas idéias no campo das Ciências da Comunicação, notadamente esta última, que analisa os principais traços da sociedade dominada pelas imagens e fascinada pelo espetáculo, traços que têm se enraizado como referências fundamentais para uma epistemologia da comunicação.

Contemplar os audiovisuais consiste numa experiência que historicamente remete ao problema da imagem e do imaginário. Não é de se estranhar a quantidade de estudantes, pesquisadores e profissionais de Comunicação que têm participado dos debates no domínio das *ciências do imaginário*. Temos como exemplo a vinculação de vários docentes e pesquisadores brasileiros nos seminários do *Centro de Pesquisa do*

Atual e Cotidiano e Instituto do Imaginário, na pós-graduação da Sorbonne, sob orientação de Michel Maffesoli. Trabalhando na interface *Comunicação e Imaginário*, seguem uma tradição de pesquisa que se inicia com Jung, passa por Bachelard, chegando a Gilbert Durand, sem deixar de se atualizar através das obras de Maffesoli (1994; 1999; 2007), apreciando a importância do papel da imagem (e do imaginário) na constituição das culturas contemporâneas.

Tem-se então uma produção teórica sobre comunicação, no âmbito das *ciências sociais*, que revigora o campo sociológico, mas que distingue, sobretudo, um ângulo original, no enfoque do acontecimento comunicacional mediado pelos audiovisuais. Por essa via, o estudo do imaginário remete à força simbólica das imagens nas diversas ambiências da vida cotidiana: no cinema, no vídeo, na publicidade, no ciberespaço, nos espaços intersticiais como os aeroportos, *shopping centers* e supermercados; em que proliferam as *tecnologias da mobilidade*.

O “fantástico cotidiano” tribalizado pelas mídias (e pelos audiovisuais), aparece nos estudos do imaginário como uma experiência que confere sentido à existência, como símbolo estruturante dos vínculos sociais; ou seja, a imagem e o imaginário são vistos aqui em suas dimensões afirmativas, como modos de produção e desvelação do sentido. As imagens e sons da televisão, do cinema, da internet devem ser levados a sério, devido ao seu potencial estético, político e cognitivo, que não cessa de impulsionar novas modalidades de criação, crítica e reinvenção; o significado da cultura midiática vai depender do uso que fizermos dela, como alerta Arlindo Machado (2000), na obra *Televisão levada a sério*.

7 Elementos de antropologia e sociologia da comunicação

Pela perspectiva de um saber engajado na interpretação histórica das imagens, buscando a sua inserção no itinerário da civilização, uma recorrência interessante se mostra na obra *Vida e Morte da Imagem, uma história do olhar no Ocidente* (DEBRAY, 1993), texto importante pelos seus critérios etnográficos, pelas articulações que faz com as dobras e clivagens históricas, pela dimensão antropológica, que instiga uma reflexão sobre o limite e o alcance de um conhecimento em moldes de comunicação audiovisual.

Cumprir observar as imagens e os audiovisuais, em seu caráter complexo de reprodutibilidade, no sentido econômico, técnico e mitológico; para superar as polarizações ideológicas, cumprir atentar para as estratégias de construção e táticas de desconstrução, as formações estéticas, semiológicas e cognitivas, que nos permitem acessar a chamada realidade, outramente; para além da sua rotina pragmática, mecânica, simplesmente funcional e mercadológica. Cumprir explorar a comunicação e a cultura audiovisual, na medida em que estas nos remetem a estilos de politização do cotidiano através dos processos de identificação (e recusa) das imagens, discernindo os tipos de uso, reconhecimento e gratificação gerados pelas imagens do cinema e da televisão.

A elevação dos níveis de complexidade dos processos tecno-sociais e comunicacionais engendra sempre novos problemas a serem enfrentados pelos pesquisadores, e conseqüentemente, novos dispositivos teórico-conceituais são eleitos como instrumentos de análise. Seguindo uma trajetória dos meios de comunicação no Ocidente, hoje, encontramos noções diversas, convivendo juntas, como *cultura global*,

cultura pós-moderna, cultura midiática, cibercultura, partes integrantes do jargão utilizado nas escolas de comunicação.

Desde os anos 90, temos uma farta produção, em que Ortiz (1994), Ianni (1997), Santos (2001) contribuíram com suas críticas, para entendermos a *cultura das mídias* sob o signo da *globalização* (ou *mundialização*), sob os efeitos da aceleração e velocidade planetária, encurtamento das distâncias e compressão do tempo, intensificação dos fluxos econômicos, políticos e tecnológicos; a epistemologia da comunicação deve se orientar a partir de um olhar agudo sobre a condição humana nos espaços e tempos dominados pela técnica.

Para concluir

Convém destacar que as formações culturais diferentes convivem lado a lado, na dita era da comunicação, os suportes arcaicos dialogam com os ultratecnológicos. Na última década do século XX, os meios telemáticos inseriram mais uma camada semiótica e cognitiva na cultura das mídias; a cibercultura vai intensificar a natureza híbrida das temporalidades culturais; em verdade, a onipresença e a velocidade vão dar o tom a esta nova fase da irradiação midiática.

Nos tempos da “velocidade terminal”, expande-se uma bacia semântica que abrange termos como *dromologia* (VIRILIO, 1996), *dromoscopia* (BALOGH, 2004), *dromocracia* (TRIVINHO, 2007), instâncias fatais dos processos comunicacionais, que traduzem o ritmo ligeiro, a aceleração e a velocidade das imagens que atravessam a realidade cotidiana.

Conviria ainda destacarmos as experiências de compactação, miniaturização, mobilidade e transportabilidade dos dados, mensagens, imagens, sons e textos, através das *minimídias*, que conferem um novo sentido à ambiência sociocomunicacional. Assim, os novos contextos (locais e globais) da experiência vivida vão infiltrando novos conceitos, metodologias e perspectivas, que vão reativar outras modalidades de agenciamentos ético-comunicacionais, reconfigurando a paisagem epistêmica da comunicação. E aí, caberia atentar para o fato de que o importante não é nunca a inovação em si, nem a vontade de inovar, mas o sentido das interações realizadas entre os indivíduos e os meios emergentes. É neste contexto, que precisamos aprender o significado das “mídias radicais” (DOWNING, 2002), dos ativistas midiáticos (TRIGUEIRO, 2007), dos novos agenciamentos digitais (LEÃO, 2005) empenhados no uso dos meios e linguagens para uma melhoria da qualidade de vida psíquica, política, sociocultural.

Referências

BAKHTIN, M. *Problemas da poética de Dostoievsky*. Rio: Forense Universitária, 1981.

BALOGH, A. *Media e temporalidade. Dromoscopia e serialidade*. O admirável mundo novo em ritmo de rock pauleira. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM 2004. Porto Alegre – RS. <<http://www.adevento.com.br/intercom/resumos/R0808-1.pdf>>. Acesso em 16.11.05

BARBERO, J.M. *Dos meios às mediações*. Rio: Ed.UFRJ, 2003

- BARBÉRO, J.M; REY, G. *Exercícios dos ver*. SENAC, 2001.
- BAUDRILLARD, J. *Tela Total*. Mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997; ____ *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1991 [1981]; ____ *Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 2007 [1970].
- BRAGA, J.L. *A sociedade enfrenta a sua mídia*. Dispositivos sociais de crítica midiática. S. Paulo: Paulus, 2006.
- CANCLINI, N.G. *Culturas híbridas*. Estratégias para entrar e sair da modernidade. Edusp, 2006.
- CASTELLS, M. *A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura*. vol. 1 A sociedade em rede. Rio: Paz e Terra, 1999; __ Vol. 2. O Poder da Identidade. Rio: Paz e Terra, 1999; __ Vol. 3, Fim de Milênio. Rio: Paz e Terra, 1999;
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio: Contraponto, 1997.
- DEBRAY, R. *Morte e vida da Imagem*. História do olhar no Ocidente. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DOWNING, J. *Mídia Radical*. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. S. Paulo: Senac, 2002.
- FEATHERSTONE, M (coord.). *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1982.
- IANNI, O. *Sociedade global*. Rio: Civilização Brasileira, 1997.
- JEUDY, H.P. *A ironia da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- LASCH, C. *A cultura do narcisismo*. A vida americana numa época de esperanças em declínio. Rio: Imago, 1983.
- LEÃO, L. *O chip e o caleidoscópio*. Reflexões sobre as mídias. S. Paulo: SENAC, 2005.
- LEMOS, A. *Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LEMOS, A; PALÁCIOS, M. (org.) *Janelas do ciberespaço*. Comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. S. Paulo: Ed.34, 1998; __ *O que é o virtual*. S.Paulo, Ed. 34, 2007; __ *Tecnologias da inteligência*. Ed.34, 1993.
- LOPES, M.I.V. (org.) *Epistemologia da comunicação*. Vol. 1. Loyola, 2003.
- MACHADO, A. *A ilusão especular*. Brasiliense, 1986; __ *A arte do vídeo*. Brasiliense, 1988; __ *Cinema e pós-cinemas*. São Paulo: Papirus, 2001; __ *O sujeito na tela*. Paulus, 2007; *Televisão levada a sério*. S. Paulo: SENAC, 2000.
- MAFFESOLI, M. *A conquista do presente*. Rio: Rocco, 1984; __ *No fundo das aparências. Por uma ética da estética*. Petrópolis: Vozes, 1999; __ *O conhecimento comum, introdução à sociologia compreensiva*. Sulina, 2007.



- MIÈGE, B. *O pensamento comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- MORIN, E. *O método*. Vol. 4. As idéias. Porto Alegre: Sulina, 1998.
- NOVAES, A. (org.) *O olhar*. S. Paulo: Cia das Letras, 1988; ___ *Rede Imaginária*. Televisão e democracia. Cia das Letras, 1991; ___ *Muito além do espetáculo*. S. Paulo: SENAC, 2005.
- ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. S. Paulo: Brasiliense, 1988; ___ *Mundialização e Cultura*. Brasiliense, 1994.
- SANTAELLA, L. *Cultura das Mídias*. S. Paulo: Experimento, 1992; ___ *Culturas e Artes do Pós-Humano*: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003; ___ *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. Paulus, 2007.
- SANTOS, M. *Por uma outra globalização*. S. Paulo: Record, 2001.
- SODRÉ, M. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002; ___ *Sociedade, Mídia e Violência*. Porto Alegre: Sulina, 2002b; ___ *O social irradiado*. Cortez, 1992; ___ *Máquina de narciso. Televisão, indivíduo e poder no Brasil*. Rio: Achiamé, 1984.
- SODRÉ, M.; PAIVA, R. *Império do Grotesco*. Mauad, 2002;
- TRIGUEIRO, O. *Luiz Beltrão. Pioneiro das Ciências da Comunicação*. João Pessoa: Ed.UFPB, 2007.
- TRIVINHO, E. *A dromocracia cibercultural. Lógica da vida humana na civilização avançada*. S. Paulo: Paulus: 2007.
- VIRÍLIO, P. *Velocidade e Política*. S. Paulo: Estação liberdade, 1996.
- WOLTON, D. *Elogio do grande público. Uma teoria crítica da televisão*. S. Paulo: Ática, 2006.
- ZIELINSKY, S. *Arqueologia da mídia. Em busca do tempo remoto das técnicas do ver e ouvir*. S. Paulo: Annablume, 2006.