

### Resenha

**A mídia e a modernidade - uma teoria social da mídia**  
(THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009)

João Batista FIRMINO<sup>1</sup>

“A mídia e a modernidade - uma teoria social da mídia” é uma obra que reflete um conjunto de questões acerca do processo midiático e seus impactos na sociedade. John B. Thompson traz a tona o que já havia proposto em um trabalho anterior<sup>2</sup>, isto é, busca entender as tendências mais recentes da indústria da comunicação, avaliando uma ligação entre as mudanças institucionais que perfizeram o mundo moderno e o desenvolvimento da mídia.

Disso, podemos nos perguntar quais as consequências da atual organização social do poder simbólico e, na necessidade de uma resposta e de novas perguntas, encontraremos toda uma investigação pautada no poder interativo entre os indivíduos - suas relações sociais e formas de relacionamento consigo e com outros - diante do desenvolvimento de novas redes de comunicação e seus fluxos; todo um processo visto metodicamente pelo autor, que lida com a problemática esmiuçando-a em diversas partes constitutivas bem distribuídas por oito capítulos.

Então, em um primeiro capítulo, tem-se a necessidade de um retorno às origens da produção e troca de informações e de conteúdo simbólico. Nesse ponto, o pesquisador percorre as diferentes formas de poder, com base em instituições paradigmáticas concentrando poder econômico, político, coercitivo ou simbólico. O autor expõe, também, seu próprio conceito de “comunicação” - basicamente como “... um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas” (p.25). Esse tipo de atividade, que é a comunicação, se presta a recursos variados, detalhados pelo autor que, posteriormente, esmiúça a chamada

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB

<sup>2</sup> THOMPSON, John B. **Ideology and Modern Culture: critical social theory in the era of mass communication**. U.S.A.: Stanford University Press, 1990

“comunicação de massa”, os “bens simbólicos” e todo um conjunto de características; e aponta deficiências em pesquisas antigas, aborda o caráter mundano da atividade receptiva - que, justamente, passa a ser vista como uma atividade.

Mais adiante, após uma longa digressão histórica sobre a mídia e o desenvolvimento das sociedades modernas no segundo capítulo, Thompson aborda o advento da interação mediada e a transformação da visibilidade - ambos, terceiro e quarto capítulos, respectivamente.

Em se tratando da interação mediada, tem-se uma divisão entre interação face-a-face (dialógica), mediada (também dialógica) e a quase-interação mediada (monológica), ampliando os padrões tradicionais de interação social. Novos tipos de relações sociais, com base nisso e em outras informações, são criadas a partir dessas experiências apontadas pelo autor sob a forma de três estruturas correspondentes a esses tipos de interação e devidamente ilustradas nas páginas do livro. O pesquisador, além disso, aprofunda-se nas diferenças entre destino receptor, cotidiano mediado, eventos mediados e ação ficcional, com consequências sociais certamente imprevisíveis e que partem do pressuposto de que a mídia se envolve ativamente na construção do mundo social.

A questão da visibilidade e sua relação com o poder (bem como do poder inerente do olhar) é abordada em seguida, com a relação entre público e privado, evocando uma natureza do caráter público transformado pelo desenvolvimento da mídia. O autor também reconstrói a evolução das relações históricas entre poder e visibilidade. Tudo isso abarcando, inclusive, os novos usos da publicidade, que alteraram profundamente a forma como o poder político é exercido, mesmo diante de gafes, escândalos e vazamentos.

A obra ainda nos traz um dos aspectos mais evidentes da comunicação no mundo moderno, o fato de tudo acontecer numa escala cada vez mais global - no quinto capítulo. Entende-se que a globalização surge somente quando as atividades ocorrem numa arena global, sua organização e planejamento também são globais, e quando tudo isso envolve algum grau de reciprocidade e interdependência, permitindo que uma atividade numa parte do mundo seja modelável por outras atividades em outras partes do mundo (mais detalhes na p.135). E não podemos deixar de fora que é feita uma

reavaliação das teorias como a do imperialismo cultural e, depois, sai-se em busca de uma teoria da globalização da mídia.

No sexto capítulo, o autor é incisivo quanto ao que significa, no mundo de hoje, uma ancoragem da tradição- ou a tradição em si. Thompson evita certos equívocos, que pensam a tradição como uma “coisa do passado”, e demonstra que não há, necessariamente, um declínio dela - que já foi, antigamente, pensada como inimiga do pensamento iluminista e da dinâmica das sociedades modernas. Surge, então, a explicação de que a tradição precisa ser compreendida, antes de tudo, em seu aspecto hermenêutico (enquanto estruturação mental ou esquema interpretativo), aspecto normativo (com seus princípios morais orientadores), aspecto legitimador (para o exercício de tipos de poder como a autoridade legal, carismática e tradicional) e aspecto identificador (trazendo uma auto-identidade ou uma identidade coletiva).

O sétimo capítulo é dedicado à natureza do eu (self) e a experiência cotidiana num mundo mediado, ou, mais precisamente, em um mundo repleto de uma quase-interação mediada. Nesse ponto, Thompson nos explica que o self está mais reflexivo e aberto, e que os materiais simbólicos mediados não destroem o local compartilhado. Indo além disso, nos diz que o self surge, finalmente, como um projeto simbólico que o indivíduo constrói ativamente. Contudo, esse mesmo self é atingido negativamente, neste nosso mundo, pela intrusão mediada de mensagens ideológicas, pela dupla dependência mediada, pelo efeito desorientador da sobrecarga simbólica e pela sua absorção total nessa quase-interação mediada.

Ao se falar de intimidade e de experiência, vemos que, na quase-interação mediada, a primeira não é recíproca, e que a segunda se divide entre experiência vivida e experiência mediada, ajudando a dissolver o self, que vive a ilusão onde um mundo deliberativo é, necessariamente, dialógico.

O último capítulo é dedicado à reinvenção da publicidade, reinventada diante de novas formas de vida pública fora da competência do estado e da localidade -mesmo que seja uma atividade de mais abertura e visibilidade, sem necessariamente envolver o compartilhamento de um local comum.

Muito sobre o assunto é enriquecido, culminando em uma proposta de ética de responsabilidade global, capaz de abastecer o que ele chama de “... frágil sentido de responsabilidade pela humanidade e pelo mundo coletivamente habitado” (p.228).

O que vemos, enfim, são oito capítulos ricos em uma análise criteriosa da relação entre o que há hoje em termos de organização social do poder simbólico e suas consequências para o nosso mundo.

Todavia, além de ter faltado no livro uma bibliografia mais visível, mais organizada numa seção própria - tendo o autor preferido a aridez da seção “notas” -, o livro poderia ter dedicado mais espaço à reinvenção da publicidade e à relação entre interação mediada e a transformação da visibilidade, sobretudo usando a internet como campo de pesquisa, algo que o autor não faz nesse seu trabalho.

Assim, apesar de ser uma obra útil, densa e madura, esses espaços que nós citamos carecem de mais informações e complementações, exigindo do jovem pesquisador a garra necessária para ele mesmo descobrir e produzir o que faltou, principalmente sobre o universo hipermidiático da internet, um mundo cuja trilha é pautada nas sociedades modernas e suas transformações.