



Ano 1 | # Zero | edição bimestral | nov e dez 2008

Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

Inclusão social e representação midiática

Fernanda Coelho¹

COUTINHO, Iluska; SILVEIRA JR., Potiguara Mendes da. (orgs). **Comunicação: tecnologia e identidade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. 215 páginas.

O título acima é dado ao livro que reúne artigos dos professores do PPGCOM/ UFJF, Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado da Universidade Federal de Juiz de Fora. Os organizadores são Iluska Coutinho e Potiguara Mendes da Silveira Jr.. Coutinho é professora adjunta da Faculdade de Comunicação e do PPGCOM/UFJF. A professora é mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação Social (Umesp). Silveira Jr. é professor associado I da Faculdade de Comunicação e do PPGCOM/UFJF. O professor é doutor (ECO/UFRJ), pós-doutor (CECL/Universidade Nova Lisboa) e Psicanalista (NovaMente/RJ).

Comunicação: tecnologia e identidade traz importantes contribuições para as reflexões sobre os vínculos identitários. O livro, assim como o mestrado, está dividido em duas linhas - Comunicação e Tecnologia e Comunicação e Identidades - e trata das interfaces entre as duas vertentes. Na vertente de Tecnologia são dadas contribuições tanto para o estudo das teorias da comunicação, quanto para o estudo da importância do ambiente digital na arte do cinema e na inclusão social. Já na vertente da Identidade, as reflexões são dirigidas à representação midiática e de outras produções simbólicas. Nesse sentido, os autores apresentam contribuições sobre as práticas comunitárias, televisivas e políticas na sociedade atual. Dessa forma, o livro aqui tratado contribui e elucida algumas das mais importantes discussões do campo da comunicação atual: as novas tecnologias e seus desdobramentos nas atividades humanas e na produção de subjetividade, a formação e transformação das identidades e sua relação com os recursos midiáticos e as interfaces entre estas duas grandes questões.

¹ Graduada em Comunicação Social pela UFJF e aluna especial do PPGCOM/UFJF. fernandahauck@yahoo.com.br. Endereço para correspondência: Rua Mário Nogueira, 61, Bairro Industrial, CEP: 36081-550. Juiz de Fora, Minas Gerais

Iniciando a parte de *Tecnologia*, dentro do subgrupo *Teoria da Comunicação* estão os artigos dos professores Francisco José Paoliello Pimenta, Potiguara Mendes da Silveira Jr. e Raquel Cardoso de Castro.

No primeiro artigo, *Semiótica, como teoria da representação, e o campo da comunicação*, o professor Francisco José Paoliello Pimenta aprofunda as discussões sobre a configuração do campo da comunicação. O professor reflete sobre dois principais pontos. O primeiro deles é a importância de um olhar mais atento à dinâmica do objeto que se procura representar e ainda discute sobre a necessidade de autonomia deste objeto. O segundo ponto é a relevância da semiótica como um dos referenciais para a discussão visando um melhor esclarecimento daquilo que, de fato, está em discussão e, em consequência, um aprimoramento das atuais concepções sobre o campo.

No artigo intitulado *Uma teoria geral de vínculos* Potiguara Mendes da Silveira Jr. defende que a teoria da comunicação depende de uma teoria geral dos vínculos. Vínculos aqui entendidos desde aquilo que ata, nó, liame até o que estabelece um relacionamento lógico ou de dependência entre duas ou mais coisas ou pessoas. O professor apresenta as definições e distinções entre vínculos e as aplica na sociedade de massa o que torna mais fácil a compreensão da idéia.

Em *Breve introdução à midialogia*, Raquel Cardoso de Castro traz considerações que iluminam a concepção do campo da midialogia. “Para a autora a midialogia estaria interessada no homem que transmite, estabelecendo uma correlação entre os símbolos e sistemas de organização nas sociedades” (p.35). Castro considera que as funções sociais não poderiam ser estudadas independentemente das estruturas sociais e materiais de transmissão.

A autora delimita bem a preocupação do campo midiológico. Usando a teoria de Régis Debray (2000), Castro aponta que a preocupação da midialogia é colocar em relação o universo técnico com o universo mítico, o que muda incessantemente com o que permanece através do tempo. Portanto, o interesse da midialogia seria descobrir o que fez com que um determinado discurso/idéia sobrevivesse através do tempo.

No subgrupo Rede e interface estão os artigos dos professores Marta de Araújo Pinheiro e Carlos Pernisa Jr. No primeiro deles, *Comunicação, consumo e produção de si*,

Pinheiro fala do processo de produção dos chamados “bens imateriais”. Segundo ela, a circulação e distribuição são fundamentais para o processo de produção dos chamados “bens imateriais”, pelos quais o produtor e o usuário/consumidor se tornam interlocutores pelo compartilhamento da cultura, da sociedade e da economia que passa a ter a rede como modelo. A professora fala ainda dos desdobramentos nos mecanismos de produção de sujeito na sociedade contemporânea, marcada pela inserção das novas tecnologias.

O novo capitalismo não produz nem sujeito e nem objetos, e sim as variações contínuas geradas pelas tecnologias de modulação. (...) Consumir... não se reduz mais a comprar e usufruir um objeto ou serviço, e sim pertencer e aderir a um mundo. (p.56)

Nesse novo capitalismo, baseado na valorização do capital imaterial, qualificado também como capital humano, do conhecimento ou da inteligência coletiva, a pesquisadora trata da nova constituição do trabalho. Para ela, hoje, na sociedade de serviços, o trabalho não consiste somente em transformar a matéria, mas também em organizar fluxos de informação com outros e para outros. “A necessidade agora se preenche pelo trabalho de conceber, gerir, supervisionar o bom desempenho. As múltiplas relações com o mundo são aí dispostas: escutar, contemplar, agir para ativar todas as capacidades” (p.57). Neste contexto, Pinheiro aponta mudanças no ato de consumir. Segundo a pesquisadora, o ato de consumir deixa de ser a ponta extrema do processo e passa a ser a modalidade básica da atividade ao criar e reciclar as imagens e representações “o que permite gerar e colocar em circulação o conhecimento e a informação” (p.57).

No artigo intitulado o *Espaço da Interface*, o professor Carlos Pernisa Jr. reflete sobre um conceito bastante caro atualmente; a interface. Segundo o estudioso, falar da interface é pensar sobre contatos e misturas, sobre enriquecimento, onde há que se dar alguma coisa para se ter outra em troca, sem necessariamente sentir isso como uma perda.

Neste sentido, interface ligá-se também à noção de hipertexto, em que os caminhos não são mais determinados por um emissor único – caso bem específico de meios de comunicação de massa como a televisão – é que é o receptor que escolhe quais os percursos quer fazer, os quais as interfaces vai utilizar, já que a troca pode ser pensada como sendo feita a cada clique num mouse de computador. (p.71)

Finalizando os artigos da linha de *Tecnologia*, estão os artigos do subgrupo *Digital: inclusão social e cinema*. Em *As novas tecnologias de comunicação e da informação no panorama da inclusão social e digital*, o pesquisador Bruno Fuser apresenta um estudo das relações de sociabilidade implementadas no âmbito das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no Brasil e na Espanha. A partir desse estudo, Fuser fala das diferenças nas formas de apropriação da informação disponível na internet, pelos diversos grupos sociais. Segundo ele, em cada comunidade há fatores que influenciam na apropriação dessa informação. Entre esses fatores estão as políticas de informação e comunicação implantadas nesses lugares, as culturas próprias do usuário, entre outros.

Destacamos nesse texto as considerações de Fuser a cerca das potencialidades da internet, que, hoje, muitas vezes não são aproveitadas em sua totalidade. Para ele, as possibilidades de interação entre os diversos fatores intervenientes no processo desenvolvido no âmbito da internet – a ruptura da tradicional dicotomia entre produtores – emissores e consumidores – receptores são algumas das principais características potencias desse meio.

No artigo *Sobre a arte do cinema no cinema digital*, Nilson Assunção Alvarenga indaga sobre algumas estratégias criativas capazes de situar o cinema no horizonte da arte no contexto contemporâneo, marcado pelo impacto das tecnologias digitais. O cinema, assim como toda manifestação humana foi e é modificado pelas novas tecnologias. Um exemplo disso pode ser percebido na citação abaixo:

Lembremos ainda que a tecnologia do vídeo modificara de dentro a teoria do cinema e rompera com a tradicional oposição entre montagem e plano, base de todo debate anterior à sua chegada. Podemos recorrer – para termos um exemplo ainda melhor do que os citados por Aumont: zoom e edição em vídeo – àquilo que, para Phillippe Dubois (2004), seria característica essencial da estética do vídeo e que decreta a obsolescência da oposição plano/montagem: a incrustação ou o chroma-key, forma tão usada na vídeoarte e que volta, hoje, com enorme força, dentro do cinema digital industrial. (p. 97)

Já na parte dedicada à temática da Identidade e integrando o subgrupo de artigos intitulado *Imagem, cidadania e feminino*, está o artigo *Imagem e identidade: memória e representação no discurso midiático*, escrito pelos professores Iluska Coutinho e Jorge

Felz. Neste texto, os pesquisadores tratam de como, através da delimitação da tela, se constituem os processos identitários com a imagem. Segundo eles torna-se fundamental compreender de que forma a inserção, consumo e “leitura” dos discursos imagéticos contribuem para a construção de identidade (s) cada vez mais fluidas, múltiplas, provisórias... talvez imersas no “paradigma do fluxo”. Os professores explicam as possíveis razões para, a cada vez maior, busca por identificação.

Sem as “âncoras sociais” que garantiram sua naturalidade, a identificação ganharia importância para os indivíduos, que passariam a buscá-la de forma “desesperada”. Essas buscas seriam significativamente mediadas por imagens representadas/veiculadas pela grande mídia, com destaque para o conteúdo jornalístico (p.112)

Esse mecanismo de busca por identificação nos produtos midiáticos é esclarecido pelos pesquisadores com auxílio do pensamento de Stuart Hall. Segundo eles como as identidades na pós-modernidade, as imagens do presente são plurais, enquadram diferentes atores e planos... representações. E, talvez, por isso, pela não-definição, precisando de telas e limites, ampliados também com as novas tecnologias de manipulação e mesmo produção da imagem, os registros visuais do presente não têm seu valor de verdade como algo assumido no momento de seu consumo ou a partir dele. “No presente, a verdade da imagem parece ser condicionada ou atravessada por outros discursos que compõem o produto midiático no qual ele se insere (p. 116)”.

No artigo seguinte, *Identidade e cidadania em uma rádio comunitária autêntica*, as professoras Cláudia Regina Lahni e Christina Ferraz Musse discutem sobre o conceito de lugar na atualidade e a importância da comunicação para fortalecer o sentimento de pertença. Segundo as professoras, a noção que temos de cidade ultrapassa hoje o simples conceito geográfico, impondo-se muito mais como o símbolo complexo da existência humana. Na sociedade contemporânea, em que a noção de pertencimento parece ruir, parece-nos importante discutir a existência de um não-lugar. Segundo as professoras,

(...) se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar (p. 120).

Nesse cenário, de não pertencimento, Lahni e Musse refletem sobre o papel dos meios de comunicação. “Os meios de comunicação tradicionais dividem e esquadrinham a cidade, refletindo os interesses de Estado e dos grupos hegemônicos, atuando de preferência na ordem de espaço estriado (p.122)”.

As pesquisadoras citam Dalmo de Abreu Dallari (2002, p.69-70), que ressalta a importância da organização da sociedade para a manutenção, o respeito e a ampliação dos direitos. Ele avalia que “um direito só existe quando pode ser usado” e que é preciso informar a pessoa quanto aos seus direitos e conscientizá-la para garantir o respeito aos mesmos. A comunicação é apontada pelas autoras como uma das possibilidades para o exercício desse direito e dever.

As professoras lembram os conceitos de Kaplún, para o qual a opção pela comunicação participativa é em favor da educação e do desenvolvimento, além da ética, dentro da democracia. Para demonstrar o potencial da comunicação participativa, é citado o exemplo da rádio comunitária autêntica Mega FM. Tomando por base a história da Mega FM e sua luta por legalização, com base nos conceitos citados, as pesquisadoras avaliam que nesse meio de comunicação comunitária puderam ser vividos aprendizado e cidadania, o que reforçou a identidade da comunidade.

Em *Imagens étnicas na construção do feminino brasileiro*, José Luiz Ribeiro analisa as representações da mulher na sociedade desde o período colonial, “(...) que se organiza em torno de funções que desenham os traços de máscaras sociais” (p.137). Segundo Ribeiro, no início do século XXI, a sociedade brasileira, ancorada na mídia globalizante, denota uma crise de valores que afeta esses papéis sociais. As regras passam por mudanças e a mulher passa a ocupar novo espaço na vida pública. A mulher, influenciada pela mídia, assume posições de liderança e acua o homem com seus valores masculinos em crise. A figura de mãe e esposa amantíssima ganha outros contornos. Os esteriótipos que a sociedade cria ao longo da história, da mulher indígena e da mulher escrava, por exemplo, são aqui comentados.

Num país de dimensão continental e diversas formas de expressão culturais nascidas de etnias diferenciadas, esta figuração nasce da necessidade de criar esteriótipos que nos ajudem a compreender e a traçar retratos de mulher que oscilam entre o real e o imaginário. Preso, inicialmente, aos sistemas de adestramento nascidos na educação religiosa e complementados pela moral familiar, esse

comportamento entra em confronto com a radicalidade do século XX (p.140).

No subgrupo *Teledramaturgia*, o texto *Identidade, identificação e projeção: telenovela e papéis sociais, no Brasil* de Aluizio Ramos Trinta, trata da importância da telenovela na construção das identidades e dos papéis sociais em nosso país. Segundo o autor, em decorrência da perda de identidades, os indivíduos tendem a buscar identificações nos meios de comunicação de massa, em especial a televisão.

No Brasil, a televisão faz sentir sua influência na vida cotidiana, assim como reforça ou altera padrões de comportamento, em plano social, inspirando modismos, em âmbito cultural. A televisão se firmou e ainda se afirma como potente imediato da realidade, seja na esfera mediada da ficção – cujas possibilidades expressivas estão em direta proporção às modalidades de representação escolhidas (p.152).

Trinta acredita que as identidades estão em constante movimento levando a que “atores sociais”, individual ou coletivamente, assumam identidades variadas, instáveis, multipolares. E, na prática, passem a figurar como avatares.

Em a *Radicalização de Beto Rockefeller: o discurso contemporâneo da telenovela brasileira*, Cristina Brandão faz uma reflexão sobre a teledramaturgia brasileira e sobre seu percurso histórico ao longo de 55 anos de exibições ininterruptas em todos os canais de TV. Sabendo da importância da TV, em especial do gênero telenovela, na construção das identidades do público, que busca identificação com seus personagens, torna-se urgente a reflexão sobre os rumos que o gênero tomou e toma no Brasil. A novela, apontada pela autora como fenômeno de identidade nacional, tem se modernizado ao longo dos anos e cada vez mais se aproxima da realidade oculta das pessoas.

O que está se refletindo na telenovela contemporânea, espécie de espelho da sociedade brasileira, é o que eu chamaria de “real inconsciente”. Não mais o cotidiano falado nas ruas, como em Beto Rockefeller, mas o cotidiano “pensado”, o cotidiano inconfessável, que nunca havia sido com tal ousadia, com tamanho furor. (p.175)

Finalizando o livro, os professores Paulo Roberto Figueira Leal e Boanerges Balbino Lopes apresentam reflexões sobre as relações entre identidade e comunicação

empresarial e política. No primeiro artigo, *A construção discursiva da identidade política liberal na contemporaneidade: a incerteza como chave identitária e como argumento de comunicação de massa*, Leal analisa a produção da percepção de pertencimento por meio da relação comunicativa e entende as identidades ideológicas também como fenômenos de natureza simbólica.

Mas não é apenas a herança do interacionismo simbólico que insiste na tese de que os indivíduos constroem suas identidades a partir dos valores culturais e dos artefatos simbólicos daquele determinado lugar e daquele determinado tempo. Correntes as mais diversificadas (vide os múltiplos olhares antropológicos e sociológicos que apontam as identidades como fenômenos discursivos, mais do que fatos “naturais” ou “essenciais”) convergem para uma ênfase na questão identitária como processo de reconhecimento reflexivo e comunicativo (p.184).

No texto intitulado *A comunicação como estratégia empresarial*, Lopes analisa a importância das estratégias comunicacionais para os processos de constituição e manutenção de identidades que se pretendem estáveis. O professor reflete ainda, sobre a profissão de *assessor de imprensa* e seus desdobramentos. Pensar sobre esse campo de trabalho torna-se importante uma vez que, como apontado pelo autor, com o fechamento de inúmeras vagas nas redações de jornais nas últimas décadas, as assessorias de imprensa têm absorvido grande parte dos profissionais recém-formados.