



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ESTRATEGIAS DISCURSIVAS NO NOVO ÁGORA DA GLOBALIZAÇÃO¹

Dennis de Oliveira

Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP e
Universidade Anhembi Morumbi – UAM

RESUMO

A globalização neoliberal traz novas configurações societárias entre as quais, a mais importante, é a transformação do espaço mediático no novo *locus* de realização da política, da construção de cenários e de representações ideológicas – por isto, chamamos de novo *ágora* do neoliberalismo. A globalização da comunicação e da cultura inaugura uma fase de centralização no comando e segmentação/fragmentação das formas, incorporando atores até então excluídos do discurso mediático. Os movimentos sociais e contra-hegemônicos devem constituir estratégias discursivas para intervirem neste novo espaço visando a transformação social.

Palavras-chave: *Cultura popular e comunicação – Comunicação e política – Comunicação e contra-hegemonia*

¹ Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Os signos permitem que a realidade seja compreendida e interpretada pelo ser humano, afirma o semiólogo Roland Barthes, um dos que inovaram na compreensão do papel social da linguagem como construtora de sentidos e não mera representação gráfica de uma “realidade concreta” como uma linguística mais ingênua compreendia. Tal concepção foi de grande valia para os estudos científicos da comunicação que deixou de ser vista apenas como mera troca de mensagens para um *locus* de construção de significados e de perspectivas de ação humanas.

Queremos recuperar estas noções teóricas para um aprofundamento no papel social dos *media* no atual momento que chamaremos de globalização neoliberal. Tal discussão é de grande importância tendo em vista que os aspectos tido como “positivos” da globalização referem-se, em geral, às possibilidades de interconexão e constituição de relações sociais com pouca ou nenhuma restrição de caráter espacial ou temporal e tais possibilidades estão vinculadas ao extraordinário desenvolvimento das tecnologias de informação que combinou a capacidade de armazenamento de dados com a de transmissão dos mesmos (a chamada telemática). Por esta razão, as práticas comunicativas se transformaram no principal veio condutor da construção destas relações e toda a configuração da sociedade neoliberal globalizada.

Antes de tudo, gostaríamos de chamar a atenção para o recorte político do termo globalização que fazemos ao acrescentarmos o adjetivo neoliberal. Isto porque partimos do pressuposto que o atual processo de globalização não é uma novidade em si, mas sim difere-se pelo seu conteúdo político – o neoliberalismo. Tal recorte político é importante para situarmos historicamente este processo que foi fruto do resultado da Guerra Fria, simbolicamente encerrada em 1988, com a queda do Muro de Berlim. A vitória do bloco capitalista liderado pelos Estados Unidos no conflito geopolítico que opôs esta nação à ex-União Soviética (que simbolizava a alternativa socialista) implicou



que a globalização atual tivesse o seguinte conteúdo, segundo Otho Jambeiro:

- a-) conteúdo político: o paradigma da *democracia representativa* na clássica tradição liberal;
- b-) conteúdo econômico: o paradigma da *economia de mercado*;
- c-) conteúdo ideológico: o *neoliberalismo*.¹

Queremos, entretanto, fazer um aprofundamento da relação destas três dimensões apontadas por Jambeiro. O aspecto ideológico – o neoliberalismo – reconstrói o significado das dimensões política (democracia representativa) e econômica (economia de mercado) e, particularmente, a relação entre as duas. No sentido neoliberal, a democracia representativa implica em um Estado mínimo, reduzido as formalidades do gerenciamento administrativo da máquina burocrático-estatal, deixando de ser um instrumento mediador (embora com conteúdo de classe, na clássica definição de Lênin); no aspecto econômico, ao deificar as regras da economia do mercado, transplantando-as para todas as dimensões da vida social; e na relação entre as duas, ao apontar para o avanço da esfera econômica sobre a esfera política, relativizando cada vez mais as noções de direitos formais.

Já alertamos em outros trabalhos nossos² de que esta é a principal diferença entre o **neoliberalismo** e o liberalismo clássico surgido das revoluções burguesas ou mesmo dos primórdios do capitalismo quando se buscava um equilíbrio entre igualdade de direitos formais e desigualdade econômica (esta era, aliás, a função do aparelho de Estado capitalista, a ponto dele, em determinados momentos, avançar sobre a esfera econômica inaugurando o intervencionismo econômico-estatal e os Estados de Bem Estar Social).

¹ JAMBEIRO, Otho Prefácio de FERREIRA, Maria Nazareth **Comunicação e movimentos sociais**. S. Paulo: Celacc, 1998

² Conceituamos primeiramente esta questão na tese de doutorado intitulada **Comunicação sindical, globalização neoliberal e mundo do trabalho** (S. Paulo: ECA/USP, 1998) e depois aprofundamos nos textos *Cultura popular: noções de tempo, espaço e transcendências* (trabalho apresentado no Congresso da Intercom de 2000) e *A violência resultante da privatização dos espaços midiáticos* (trabalho apresentado no Congresso da Felafacs de 2000 em S. Paulo). Também apontamos esta questão na exposição feita no painel *Racismo estrutural: apontamos para uma discussão conceitual* no Fórum de ONGs das Américas realizado em março de 2001 na cidade de Quito (Equador)

¹ Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Esta nova formação ideológica do discurso hegemônico reposiciona os demais discursos e exige a discussão de novas estratégias contra-hegemônicas para se constituir alternativas. Os espaços de mediação social sofreram alterações profundas e o lugar do exercício da política (no sentido weberiano, de luta pelo poder) se evanesce, se capilariza, tornando muito mais complexa a busca de novos referenciais de transformação social.

Os *media* na era da globalização

As estratégias dos meios de comunicação de massa junto a sociedade obedecem a duas lógicas aparentemente contraditórias, mas de conteúdo complementar: centralização do comando e capilarização nos exercícios de comando. As novas tecnologias de comunicação permitiram, entre outras coisas, a agilização nos processos produtivos dos bens simbólicos, a ponto de qualquer pessoa com um microcomputador moderno em casa e com conhecimentos técnicos, poder produzir, por exemplo, uma revista. Desta forma, percebe-se uma explosão na quantidade de bens simbólicos produzidos nos últimos tempos, atendendo, inclusive, as demandas de grupos sociais marginalizados e discriminados que anteriormente reclamaram da sua sub-representação nos *media*.

A impressão que se percebe, primeiramente, são as possibilidades multiculturais que o atual momento permite. Negros, capoeiristas, praticantes de religiões africanas, sambistas, homossexuais, adolescentes, entre outros grupos não tradicionalmente atendidos pela indústria cultural passam a contar com produtos específicos para os seus hábitos. Este mosaico de possibilidades criou a noção de fragmentação de um sujeito-homem universal, típica do Iluminismo, o que atingiu frontalmente as proposições clássicas da esquerda. Segundo Stuart Hall,

1 Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“Neste final de século fala-se muito em crise de identidade do sujeito. O homem da sociedade moderna tinha uma identidade bem definida e localizada no mundo social e cultural. Mas uma mudança estrutural está fragmentando e deslocando as identidades culturais de classe, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade. Se antes estas identidades eram sólidas localizações, nas quais os indivíduos se encaixavam socialmente, hoje elas se encontram com fronteiras menos definidas que provocam no indivíduo uma crise de identidade.”³

Embora concordemos com este processo de descentramento das identidades, é preciso, porém, lembrar que esta capilarização do poder tem uma centralidade lógica que lhe dá um sentido, uma direção. Por isto, insistimos na necessidade de se articular a dimensão da capilarização com a da centralização, conforme alertou Mattelart, que considera a *globalização* como um modo de gestão que concentra a dimensão decisória da distribuição e descentra o da produção e suas formas.⁴

As críticas à cultura hegemônica que tem como utopia um retorno aos primórdios e princípios iluministas não dão conta deste novo processo. Citamos como exemplo a clássica Teoria Crítica (mais conhecida como Escola de Frankfurt) cujas idéias centram-se em uma aparente frustração pela falência do projeto ético iluminista e criticam as formas culturais oriundas do capitalismo na sua fase monopolista e da massificação da sociedade civil. A base das críticas dos frankfurtianos à indústria cultural (conceito, aliás, fruto da contribuição teórica destes intelectuais) é o fato dela ser um processo de “integração dos

³ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro, DP&A Editora, 1999.

⁴ MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias**. Petrópolis, Vozes, 1994, esp. cap. 10 “A busca da cultura global”

¹ Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



consumidores pelo alto”⁵ e de que a cultura deixou de existir no capitalismo por considerarem que há uma pasteurização das formas simbólicas produzidas no capitalismo e, conseqüentemente, das formas de recepção das mesmas. A perspectiva frankfurtiana de que há uma tendência à repetição de formas, de esgotamento de qualquer possibilidade criativa dentro deste processo não se percebe atualmente.

Pelo contrário, a estratégia hegemônica é muito mais sofisticada: há uma capacidade muito maior de incorporação de formas novas e diferenciadas de produção e consumo que, hoje, há muito menos condições objetivas para a geração de uma contracultura ou uma cultura marginal que nos tempos áureos do capitalismo fordista.

A centralidade, o lugar do comando, do poder, não está nas formas de manifestação e sim na direção dos processos distributivos. Vejamos alguns exemplos ilustrativos disto:

- 1) A tecnologia da TV por assinatura permitiu que este meio possibilitasse o oferecimento de mais “opções” de programação para o público – opções estas que significam um potencial de segmentação que interessa a nova configuração do modo de acumulação capitalista baseado na produção em pequena escala e de forma fragmentada. Diante disto, até mesmo algumas reivindicações históricas no Brasil, como a existência de canais de televisão comunitários, locais, institucionais, educativos e universitários foram incorporadas. Entretanto, o comando da distribuição da TV por assinatura é dividido entre dois grandes oligopólios do sistema nacional de comunicação de massa: o Grupo Abril (TV-A) e as Organizações Globo (Net).

⁵ ADORNO, Theodor. *A indústria cultural* in: COHN, Gabriel (org) **Comunicação e indústria cultural**. S. Paulo, TAQ, 1987

¹ Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



2) As modernas tecnologias de produção da mídia impressa (como os *desktop publishing*, as máquinas compactas de reprodução, a Internet um instrumento ágil e barato para a captação, entre outras) possibilitaram o surgimento de inúmeras publicações segmentadas, inclusive com segmentos novos no campo editorial (homossexuais, negros, adolescentes, entre outros) boa parte delas produzida por pequenas editoras que trabalham com corpos editoriais pequenos e um grande número de jornalistas *free-lancers*. Entretanto, a distribuição das publicações impressas no Brasil é totalmente monopolizada por duas “gigantes”: a Dinap (pertencente ao Grupo Abril) que controla 60% do mercado e a Fernando Chinaglia Distribuidora, que abocanha os 40% restantes.

Estes dois exemplos mostram a correção desta afirmação de Mattelart da centralidade nos processos distributivos ao mesmo tempo que se percebe uma ampla variedade no campo da oferta de produtos segmentados. A indústria da comunicação talvez seja a que mais incorporou esta nova lógica do modo de produção capitalista na era da globalização neoliberal.

Os media como lugar da representação das tipologias sociais

O que é importante para refletirmos sobre estas novas configurações da sociedade neoliberal globalizada é cruzarmos este novo modelo da indústria de comunicação e da cultura com o seu papel de novo *ágora* e de representação das tipologias sociais. O esvaziamento do espaço público da sociedade civil coincide com a crise da utopia do sujeito universal iluminista, crise esta que afeta



até mesmo os movimentos sociais. Canclini observou esta mudança nos movimentos sociais como um redirecionamento dos mesmos do plano da produção para o plano de consumo, entendendo que estaria se constituindo um novo conceito de cidadania baseada no direito ao consumo.⁶

Entendemos que esta afirmação pode estar até correta, mas é limitada. Esta mudança nos movimentos sociais está ligada a este processo de descentração do sujeito iluminista reforçado por este esvaziamento do lugar da política e, conseqüentemente, de novas formas de interpelações constitutivas da identidade.⁷ Tais interpelações ocorrem *a partir de* e também *no* espaço dos meios de comunicação de massa.

As novas interpelações constitutivas do sujeito acontecem a partir dos meios de comunicação de massa se considerarmos que a massa de informações – não só na quantidade mas na sua variedade de formas e possibilidades de segmentações – cresce de forma assustadora, a ponto de grande parte dos teóricos modernos chamarem a sociedade contemporânea de *sociedade midiática* ou *sociedade da informação*.

Cohn resgata, a este respeito, a origem da palavra *informação*, que vem do grego *impor forma a*.

“Decisiva é a intuição básica de que informação tem a ver com a imposição de forma junto com a idéia de que essa

⁶ Ver CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UERJ, 1998 e também do mesmo autor, *Culturas transnacionais y culturas populares* in: CANCLINI, N.G. & RONCAGLIOLO (orgs) **Culturas transnacionales y culturas populares**. Lima: IPAL, 1997

⁷ Utilizamos aqui o conceito de interpelações constitutivas do sujeito incorporando o conceito de ideologia de Althusser (ideologia como interpelação) e de identidade de Stuart Hall (identidade como interpelação). Ver as obras ALTHUSSER, Louis. **Sobre a reprodução**. Petrópolis, Vozes, 1999 (esp. cap. IX) e HALL. Stuart, *op cit*, cap. I

1 Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



imposição é da ordem de sobredeterminação. E ela ganha sua mais plena atualidade no momento atual, em que o atributo da informação já não se aplica apenas a determinadas técnicas mas ao formato da sociedade como um todo”⁸

A segmentação do discurso da indústria da comunicação e da cultura impõe uma forma de fragmentação à sociedade e aos seus sujeitos que acabam por re-definir o espaço público. Temos então uma nova forma de exercício da política que vai novamente se realizar no mesmo espaço dos meios de comunicação de massa, legitimando-os como o novo *ágora* neoliberal, pois são eles a única instituição que tem uma unidade sistêmica e uma diversidade formal.

Neste sentido, os movimentos sociais contemporâneos não apenas redirecionam seus discursos para o consumo como acredita Canclini, mas sim para este novo *ágora*: os meios de comunicação de massa, a partir das *formas* impostas pelas informações socializadas que apontam interpelações constitutivas de sujeitos fragmentados, de múltiplas identidades.

De qualquer forma, o que percebemos na atualidade é um reforço de múltiplas formas da **legitimidade** dos meios de comunicação como instituição – o que não significa *concordar* com o conteúdo dos mesmos, mas *se referenciar* a partir deles.

⁸ COHN, Gabriel A *forma da sociedade de informação* in: DOWBOR, Ladislav et all (orgs) **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 21

¹ Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. *A indústria cultural* in: COHN, Gabriel (org) **Comunicação e indústria cultural**. S. Paulo: TAQ, 1987
- ALTHUSSER, Louis. **Sobre a reprodução**. Petrópolis: Vozes, 1999
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UERJ, 1998
- CANCLINI, N. G. *Culturas transnacionais y culturas populares* in: CANCLINI, N.G. & RONCAGLIOLO (orgs) **Culturas transnacionais y culturas populares**. Lima: IPAL, 1997
- COHN, Gabriel *A forma da sociedade de informação* in: DOWBOR, Ladislaw et all (orgs) **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2000
- FERREIRA, Maria Nazareth **Comunicação e movimentos sociais**. S. Paulo: Celacc, 1998
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.
- MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1994
- OLIVEIRA, Dennis *A violência resultante da privatização dos espaços midiáticos* (trabalho apresentado no Congresso da Felafacs de 2000 em S. Paulo)
- OLIVEIRA, Dennis **Comunicação sindical, globalização neoliberal e mundo do trabalho** (tese de doutoramento) S. Paulo: ECA/USP, 1998
- OLIVEIRA, Dennis. *Cultura popular: noções de tempo, espaço e transcendências* (trabalho apresentado no Congresso da Intercom de 2000)