



Capitalismo e comunicação: a privatização do conhecimento¹

Palestrante

Olgária Matos², docente

Universidade de São Paulo-USP/Universidade de Sorocaba-Uniso

Resumo

Trata-se de analisar a privatização do conhecimento na época em que, dados os meios de comunicação e informação, está disponibilizada sua abundância. Patentes e copyrights correspondem à criação da escassez para constituir artificialmente a raridade, fazendo o saber recair na dimensão monárquica do segredo. Alienação e proletarização significam, aqui, separação e perda do *savoir-faire* e do *savoir-vivre*, perda do sentido do conhecimento como um bem público compartilhado na esfera pública democrática e autônoma com respeito às determinações diretamente econômicas da compra e da venda. Neste sentido, é a passagem da economia de mercado para a sociedade de mercado que produz dissociação e incivilidade.

Palavra-chaves – Capitalismo, Comunicação, Privatização do Conhecimento.

¹ Palestra apresentada no Multicom – II Colóquios Multitemáticos em Comunicação

² Mestre em Filosofia pela Universidade de Paris IV, Sorbonne, França; Doutora pelo Departamento de Filosofia da Ecole des Hautes Études en Sciences Sociales e pelo Departamento de Filosofia da FFLCH-USP; Livre-Docente, Prof Adjunto e Profa. Titular pelo Departamento de Filosofia da FFLCH-USP. Autora dos livros *Rousseau, uma Arqueologia da Desigualdade*, MG editores, SP; *Os Arcanos do inteiramente Outro, a Escola de Frankfurt, a melancolia, a Revolução*, ed Brasiliense, SP; *O Iluminismo Visionário: Walter Benjamin, leitor de Descartes e Kant*, ed Brasiliense, SP; *Filosofia, a Polifonia da Razão*, ed Scipioni, SP; *A Escola de Frankfurt: Luzes e Sombras do Iluminismo*, ed. Moderna; *Paris 1968: as Barricadas do Desejo*, ed. Brasiliense, SP; *Discretas Esperanças: reflexões filosóficas sobre o mundo contemporâneo*, ed Nova Alexandria, 2006, entre outros. Colabora em coletâneas, revistas especializadas e cadernos de Cultura da grande imprensa.