



Circuitos culturais e comunicacionais populares urbanos no Brasil¹

Yuji Gushiken²

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)

Resumo

Neste artigo, busca-se analisar a reinvenção dos circuitos culturais urbanos na mediação direta com as práticas midiáticas contemporâneas. Evidencia-se especificamente o uso dos dispositivos tecnológicos de comunicação como modo de constituição das culturas populares urbanas brasileiras na contemporaneidade. Com base empírica no documentário *100% Favela*, produzido no Brasil, enfatiza-se, entre as práticas sociais, a auto-gestão dos processos culturais e comunicacionais como reinvenção dos modos de existência econômica e simbólica numa favela da cidade de São Paulo. O uso dos dispositivos midiáticos e a construção de um discurso de si na cultura da periferia demanda, nos dias hoje, novos modos de escuta social e a reeducação do olhar sobre a realidade social.

Palavras-chave: Comunicação; cultura urbana; documentário; mediações.

Dos efeitos da comunicação ao uso dos meios

A tradição da pesquisa em Comunicação, que no caso do Brasil foi em boa parte herança da sociologia americana, buscou durante suas primeiras incursões teóricas produzir respostas sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa sobre a opinião e a atitude da audiência. Buscava-se saber através de métodos de pesquisa quantitativos e qualitativos sobre o impacto da informação midiática no comportamento das pessoas. Na história das teorias da comunicação, este período de investigação é o que se denominou posteriormente de “teorias de efeitos a curto prazo”.

A preocupação com os efeitos, em especial os efeitos a curto prazo, esgotou-se desde os primeiros momentos das investigações. E, nos processos de constituição científica do campo da comunicação, a pergunta foi invertida: o que importava já não era mais o que os meios – os de massa, no caso – faziam com as pessoas, mas o que as pessoas faziam com esses meios. Este “o que as pessoas faziam com os meios”

¹ Artigo apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa (NP Comunicação e Culturas Urbanas), do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado de 29 de agosto a 02 de setembro de 2007, em Santos, estado de São Paulo, Brasil.

² Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), professor do Departamento de Comunicação Social e do Mestrado em Estudos de Linguagem, e coordenador adjunto do Núcleo de Estudos do Contemporâneo da Universidade Federal de Mato Grosso (NEC-UFMT), em Cuiabá, estado de Mato Grosso, Brasil.

E-mail: yug@uol.com.br



equivalia mais precisamente a questões então colocadas sobre a produção de sentido, e portanto sobre a dinâmica do processo comunicacional, que àquela altura deslocava o foco: do estudo dos meios de comunicação para a análise, certamente mais complexa, dos processos.

Simples, mas de revisão importante na história das teorias da comunicação, a inversão desta pergunta ainda continua relevante até hoje por ter enfatizado o campo da recepção como parte dinâmica na idéia do que seria o processo de comunicação e de consumo de informações. A hipótese aventada nessa inversão teórica ganha nova relevância na medida em que tecnologias da comunicação, algumas já “tradicionais” e outras mais recentes como a Internet, vêm, como muitos estudiosos apostam, desbancando a super-potencialização dos chamados meios de comunicação massa – rádio, TV e mídias impressas – na constituição do imaginário contemporâneo.

Questões importantes a serem colocadas hoje se referem aos usos dos meios de comunicação – não necessariamente pelo aparelho de Estado ou pelas grandes corporações privadas, mas por cidadãos comuns e anônimos, atualizando a proposta então colocada de que o que importa mesmo é o que as pessoas fazem com os meios de comunicação.

Neste ponto, é preciso anotar um detalhe importante: quando esta noção do que as pessoas fazem com os meios de comunicação emergiu no campo teórico, tratava-se especificamente dos modos como as audiências consumiam, de forma receptiva ou não, mensagens dos meios massivos. No campo teórico, estes usos se referiam à passagem dos estudos dos efeitos a curto prazo para os estudos de efeitos a longo prazo. De qualquer modo, sustentava-se um modelo teórico ainda dominante, propriamente um paradigma científico, cujo foco de interesse – acadêmico, político e mercadológico – eram os efeitos das mensagens sobre as audiências.

Hoje, porém, quando se diz “uso dos meios”, é preciso fazer ajustes novamente na perspectiva teórica, já que o próprio objeto se alterou, e muito, na virada dos anos 1980 aos 90 em diante. É que este “uso dos meios” já não se refere mais apenas à recepção do conteúdo dos meios de massa – foco que posteriormente deu origem aos chamados “estudos de recepção”. Refere-se, isto sim, ao uso dos novos meios de comunicação cujas tecnologias se tornaram mais acessíveis ao consumo de distintas e amplas faixas da população – como se pode observar no Brasil.

Interessa dizer que percebe-se uma passagem da comunicação de massa, como modelo midiático hegemônico no século XX, às práticas sociais e midiáticas nem



sempre compreendidas no enquadramento disciplinar da chamada “comunicação social”, termo que, no Brasil, compreende basicamente os processos instituídos da comunicação industrial e as práticas profissionais socialmente legitimadas como jornalismo, propaganda, relações públicas e radialismo & televisão.

Na década de 1980 já era visível, ainda que não necessariamente de fácil interpretação, a diferença que a entrada em cena das câmeras portáteis de vídeo e do videocassete (sistema VHS) estavam fazendo nos modos de se produzir, fazer circular e consumir informação. Desde a década de 1990, outras novas mídias vêm desestabilizando e fazendo outras diferenças na concepção de práticas midiáticas: num primeiro momento, a massificação ainda que relativa dos computadores pessoais e, mais recentemente, sua transformação em equipamento móvel no formato notebook com acesso à Internet sem fio (wireless); simultaneamente, o desenvolvimento dos aparelhos de telefonia celular, para onde convergem funções audiovisuais, incluindo conexão com Internet.

Não se trata, numa conjuntura de alta visibilidade tecnológica, de fazer apologia da técnica, como se ela por si só fosse capaz de promover processos de subjetivação ou emancipação de indivíduos e coletividades. É a relação do usuário com a tecnologia, uma espécie de agenciamento homem-máquina, que vai apontar como projetos comunicacionais e culturais são construídos dentro de uma perspectiva de desenvolvimento social.

Quando se diz “uso dos meios” há, portanto, um movimento que faz um desvio epistemológico no pensamento comunicacional então vigente. O avanço teórico se evidencia no deslocamento dos estudos da comunicação desenvolvidos até então como “ciência do comportamento” para a comunicação como “ciência da cultura”. Em outras palavras, há um deslocamento dos estudos sobre os efeitos dos meios e das mensagens para os modos como a noção de “uso dos meios” vai se traduzir, por sua vez, nos modos como a cultura vai interferir como mediação social nos processos comunicacionais.

Práticas sociais como práticas de produção de sentido

No Brasil, distintas práticas sociais, se compreendidas como práticas midiáticas ou comunicacionais, sugerem uma noção deste “uso dos meios”. Em especial no âmbito das culturas populares urbanas, memórias das tradições e novas manifestações poéticas vêm sendo constantemente reinventadas na medida em que se articulam e se

reproduzem pela repetição dos processos rituais ou pela sua inserção na linguagem do audiovisual. Circuitos culturais tendem a sofrer mutações na medida em que se conectam e se capturam nas distintas formas de existência midiática, de modo geral, e distintas formas de existência digital, de forma mais específica, de acordo com as novas – e sempre novas – tecnologias.

Quando se trata do âmbito do popular no Brasil, a realidade das favelas e das periferias urbanas é apresentada à sociedade “do asfalto” não raro como o foco constituinte do imaginário da violência, segundo versões produzidas do lado de fora dessa realidade via comunicação de massa, em especial das reportagens jornalísticas. Este imaginário da violência, no entanto, é insistente mesmo quando mudam os narradores do cotidiano urbano. A violência continua sendo narrada, encenada e dramatizada, mas a diferença é que hoje, segundo a noção do “uso dos meios de comunicação”, este imaginário tende a ser construído também com versões do lado de dentro da favela.

A condição de pobreza certamente reflete a má e mesmo a não-distribuição de renda, e a violência, segundo perspectivas materialistas, tem relação direta com os níveis de exploração econômica e dominação simbólica. Se o popular, não se confundindo com a massa nem com as elites, carrega aquelas evidências de que se constitui no limbo do consumo de bens materiais, cria-se a idéia, certamente moralista, de que sua correlação contemporânea com o uso das novas tecnologias seria uma espécie de contra-senso das classes subalternas na medida em que são vítimas do próprio desejo de consumo.

No entanto, os sentidos que o popular urbano atribui a si mesmo se dá, entre outros modos, pela sua rearticulação constante com distintos modelos de comunicação proporcionado pelas novas mídias, e, nos dias hoje, em especial com as mídias digitais. A passagem de século e de milênio tem sido um tempo em que o popular, hoje, se reconstitui numa espécie de popular digital, quando não um popular cibernético. Trata-se exatamente dos usos midiáticos com que o popular urbano reinventa suas práticas culturais. Quando o popular se encontra com o que há de mais atual em tecnologias de comunicação, pode-se falar que se trata de culturas híbridas (Garcia Canclini), sincretismos (Massimo Canevacci), mediações da cultura na comunicação ou lugar de mestiçagens e reapropriações (Martin-Barbero). Em todo caso, interessa a reconversão de perspectivas sobre o popular na medida que ele se constitui em meio à condição de massa, mas ao mesmo tempo inventando modos de sair e ultrapassar esta condição.



A favela, a partir do momento em que captura e faz uso de ferramentas midiáticas, tende a falar de si – para além dos registros etnográficos, sociológicos, jornalísticos como os modos de representação e interpretação de seus modos de vida. A captura das tecnologias midiáticas por parte das camadas populares demanda um novo tipo de escuta social. O modo como o discurso da favela – do popular, portanto – vem sendo produzido é através da auto-gestão de processos comunicacionais, em que os modos expressivos são não apenas as ferramentas da cultura (o corpo, a camiseta, a música, o grafite, enfim, os saberes populares), mas também a midiatização dos diversos processos culturais. Se há tempos a cultura tem desempenhado ela mesma esta condição de mídia de si, no que o pesquisador brasileiro Luiz Beltrão designou de “folkcomunicação”, nos dias de hoje os processos de midiatização passam a redimensionar esta função e a cultura passa a ser a ambiência mediadora de tais práticas comunicacionais.

Circuitos culturais e mediações dos circuitos comunicacionais

Havia um tempo em que se dizia que uma das funções dos meios de comunicação de massa era dar proeminência a pessoas e coisas. O status social seria dado não apenas segundo o poder econômico ou político, mas também, nesta era dita informacional, segundo a visibilidade atribuída pela mídia de massa. Acontece que este princípio de visibilidade de pessoas e coisas tem, nas práticas profissionais da comunicação social, o crivo permanente de linhas editoriais (caso do jornalismo) e das determinações empresariais e estratégias de marketing das empresas de comunicação (caso do radialismo e da TV em geral). Não raro, por conta destes crivos é que, no imaginário social brasileiro, favela e violência são temas em geral fortemente relacionados.

Acontece ainda que por conta destas abordagens é que, no imaginário midiático de massa, o referido princípio de visibilidade gera também séries de disfunções no âmbito do popular, principalmente para moradores de favelas e periferias nas cidades brasileiras quando se trata de inserção social no mundo do trabalho. A própria midiatização do mundo fornece algumas pistas sobre esta questão. Conforme a prática social de “uso dos meios”, numa espécie de existência midiática para além da comunicação de massa, confere-se uma linha de visibilidade a indivíduos que, de forma



mais auto-biográfica, produzem seus próprios discursos e tornam-se personagens da cidade.

Personagem 1 (MC To): “Quando se pede emprego em São Paulo e se diz que é do Capão Redondo já tem um preconceito. Todo mundo vê o Capão com outros olhos. Já não aceitam e falam: ‘Do Capão? Ah, tá bom’. E quando você sai, jogam sua ficha dentro do lixo”.

Personagem 2 (DJ Ylsão): “Eu trabalhava numa obra. Começamos a exigir cesta básica, registro na carteira, vale transporte. Começamos a dar de frente com o gerente, com o dono da empresa. Até que o ‘cara’ marcou para a gente receber (pagamento), ‘nóis’ (nós)³ não fomos, e a polícia estava lá. No outro dia, voltamos lá. A polícia presente, o cara falou que todo mundo que ‘trampava’ (trabalhava) na obra foi demitido. ‘Ó, tá (está) todo mundo demitido, vocês e toda a obra’. O pessoal que não reivindicou nada para não ser demitido, foi mandado embora a mesma coisa. Foi a última vez que trabalhei fichado (com carteira registrada). Nunca mais. Tudo que faço é por conta. Dou um jeito de fazer eventos, vender camisetas, boné de time (de futebol), rifa. Tem o barzinho, bolão com jogos de futebol e continuar com o grupo (musical Negredo)”.

Personagem 3 (DJ Alê): “Tenho 31 anos. Já desisti de procurar emprego porque gasto R\$ 10 por dia para ‘rodar’, comer na rua, para poder ficar o dia inteiro procurando emprego. E isso eu não tenho. Apesar de fazer muitas coisas, não tenho na carteira o registro que pedem”.

O depoimento dos três personagens acima, habitantes da Favela Godói, no Capão Redondo, periferia da Zona Sul da cidade de São Paulo, estão registrados no DVD *100% Favela*, encontrado à venda em lojas de departamento de rede nacional brasileira. Na capa do DVD se lê: “A renda líquida deste DVD será destinada à Associação Periferia Ativa”. O DVD, com direção de Silvia Bisilliat, foi produzido pelo Projeto 1 da Sul, coordenado pelo DJ Ferréz, e pelo Negredo, grupo de rap composto pelos três personagens da Favela Godoy, “quebrada ali no Capão Redondo muito versada pelo Cachorro Louco”. O Cachorro Louco a que se refere o texto na apresentação do vídeo é Mano Brown, cantor e compositor do grupo Racionais MC, considerado um dos mais conhecidos rappers do Brasil e um dos “padrinhos” artísticos do Negredo.

³ Mantivemos, na transcrição das entrevistas, a legenda em português com a oralidade registrada no próprio documentário. Os grifos, os parênteses e as aspas são nossos.



Em resumo, o vídeo, produzido em forma de documentário, narra como o Negrodo se organiza enquanto grupo musical na medida em que pratica um híbrido de ativismo e empreendedorismo cultural comunitário na periferia de São Paulo. A narrativa, conduzida principalmente por DJ Ylsão, tem como foco a produção do show de lançamento do CD do grupo. Animado pela idéia de autogestão comunitária, o grupo utiliza-se da produção simultânea do DVD para mostrar como se processam, na favela, as relações do grupo de músicos e animadores culturais com o entorno social em que vivem: familiares, moradores, outros artistas, empresários, traficantes de drogas, criminosos, Igreja e polícia.

Feito com câmera digital em mãos, num realismo típico dos documentários, o filme exhibe, em imagens por vezes trêmulas, as ruas estreitas e tortuosas da periferia da Zona Sul da cidade de São Paulo. Apesar do estranhamento da cidade grande, que sugere uma certa fragilidade da existência de todos e cada um na maior metrópole sul-americana, o roteiro enfatiza uma certa potência da organização comunitária na produção de um “discurso de si” em meio a uma condição massiva do cotidiano na periferia. A violência urbana, em especial o massacre de 111 presos ocorrido na Casa de Detenção do Carandiru, em 2 de outubro de 1992 na cidade de São Paulo, com repercussão internacional, foi o que gerou, nos três personagens, a “necessidade de se expressar” sobre a realidade social dos habitantes da periferia da metrópole, onde a violência é uma instalação cotidiana.

Antes do processo de mediação, propriamente o “uso dos meios”, porém, o que há são outras práticas sociais, um saber-fazer comum e de domínio público, no caso o hip hop, como “modo de expressão” coletiva. O hip hop, em especial o rap, como se sabe, tem sido um dos elementos da cultura popular urbana que, no Brasil, vem formando ambiências socioculturais em que segmentos da juventude das periferias das cidades produzem não apenas seus modos de existência simbólica, mas também reinventam suas condições de existência econômica. O que seria uma hipótese ganha evidência nas imagens do documentário – bem lembrado, produzidos por eles mesmos. Na produção do show de gravação do CD, registrado em DVD, moradores montam barracas de comida e bebida na rua, técnicos de sonorização cuidam dos detalhes acústicos, operários montam a estrutura do palco, um DJ faz o teste de som entre parafernália de equipamentos eletrônicos, um grupo de grafiteiros atribui formas e cores a um portão de garagem com a devida autorização da moradora da casa.



O show, organizado com participação comunitária, acontece numa das ruas da favela. Nas imagens diurnas, ainda durante a preparação do evento cultural, um certo anseio transparece numa trupe de jovens que, sentados na calçada, parecem aguardar a hora do show logo mais à noite. Nas imagens noturnas, a rua, então lugar de passagem de automóveis e pedestres, torna-se, naquela ocasião, espaço de uma sociabilidade reinventada através da produção cultural. A rua do evento, nas imagens do vídeo, ganha ares de uma “rua subjetiva”, com o trânsito de seus moradores, de outras gentes de outros bairros, movimentações da multidão, gestualidades de coreografias coletivas e – como sugerem as imagens do audiovisual – cores, sons, odores, sabores.

Quando se trata de cultura popular urbana no Brasil, as práticas sociais evidenciam como a cultura, no mais das vezes, tende a ser produzida também a partir de práticas do mundo do trabalho, até porque a própria arquitetura da favela é daquelas práticas de linguagem que se evidenciam na paisagem urbana como um saber-fazer de domínio público, uma tecnologia que migra dos grandes empreendimentos de construção civil e se aplica na reinvenção da sobrevivência nas cidades brasileiras. Além da arquitetura, este também é o caso do grafite, elemento fundamental na ambiência do hip hop. A prática poética dos grafiteiros se dá com latas de spray, compressores e pistolas de jato de tinta, ferramentas de trabalho cujo manuseio também não é segredo porque são as mesmas ferramentas usadas em oficinas mecânicas, obras de construção civil, funilarias e oficinas de pintura. As imagens que surgem deste manuseio de ferramentas de trabalho, e que dão ares subjetivos às paredes da favela, também não são segredo, pois são imagens correntes no imaginário urbano: vêem-se automóveis, cantores populares, ícones religiosos como a imagem de Jesus Cristo. Como se percebe no documentário, são imagens do mundo do trabalho produzidas *na e pela* favela, na medida em que se faz usos da mídia como modo de produção da cidadania e da subjetividade.

No entanto, o imaginário da violência persiste quando, durante a produção do evento cultural, o documentário registra uma patrulha da Polícia Militar de São Paulo investigando uma casa da favela. Crianças e adultos, entre curiosos e apreensivos, assistem à cena em que policiais armados rendem hipotéticos suspeitos de algum crime, colocando-os de frente para a parede e com as mãos ao alto. Em outra cena, na hora do espetáculo na rua, seguranças do evento, possivelmente moradores do próprio local em trabalho temporário, revistam participantes da festa ao entrarem no recinto do show de lançamento do CD.



Vários grupos de rap são convidados a compor o show, numa espécie de parceria para a realização do evento. Configura-se um circuito cultural em torno do hip hop como ambiência agregadora da coletividade dos moradores de periferia. O rapper Mano Brown, num dos trechos do documentário, lembra que o discurso da periferia é o do individualismo, do “cada um por si”, mas que no hip hop se diz “nós”, sugerindo, no vocabulário usado, uma dimensão do trabalho coletivo traduzido em palavras de ordem como “união” e “respeito”.

O caso da Favela Godói, no Capão Redondo, que vem se tornando um entre muitos exemplos da mediação das práticas culturais no campo do audiovisual, ilustra um modo de autogestão da comunicação e da cultura que possibilitam tornar pública uma pequena história urbana em suas singularidades. Ou seja, ilustra o modo de uma comunidade produzir uma escritura no mundo, a partir do momento em que a favela se torna, também, uma favela digital. Assim, de fato, o que parece mesmo estar em jogo é a supremacia dos meios de comunicação de massa como únicas fontes na formação do imaginário contemporâneo. Entram em cena as coletividades, com desejo de se tornar, elas próprias, sujeitos da comunicação, da cultura e, portanto, da história.

E vale enfatizar: a aposta numa autogestão da cultura e da comunicação era também uma aposta num sujeito simultaneamente racional e emotivo, e já não mais o sujeito atomizado e supostamente passivo das primeiras incursões teóricas da *mass communication research* americana. Tratava-se, portanto, da constituição de um sujeito gestor de outros saberes, outras epistemes, outras poéticas, outras práticas comunicacionais, na relação com sua alteridade social, na relação com as novas tecnologias e nas relações consigo mesmo.

Já havia aqui a emergência de um novo pensamento comunicacional a partir da invenção de distintas práticas sociais que se traduzem como práticas midiáticas. De figurante a personagem principal no enredo da vida cotidiana: tal qual em filme de cinema, a imaginação criadora do cidadão comum é que também potencializa a construção de modos de fugir deste – por vezes conformado e tedioso – mundo de hoje. Mas, para uma atual angústia, talvez haja um novo entusiasmo. Uma vez inventados os meios, e os modos de usá-los, resta promover a fuga.

Pensamento comunicacional nas práticas sociais urbanas



A poética produzida nas culturas urbanas brasileiras, que nem sempre se enquadram no que chamam de novos movimentos sociais, sugere que, quando se trata de questões comunicacionais, pode-se considerar que práticas artísticas e culturais emergem no cotidiano de distintos grupos tendo como base um modo de fazer circular informações e idéias. Há, certamente, um processo de diferenciação entre os dispositivos poéticos e comunicacionais, principalmente pelo fato de que arte não necessariamente busca comunicar um sentido comum ou unívoco.

Acontece, porém, que, se considerarmos a comunicação em sua força paradigmática na constituição da cultura contemporânea, pode-se perceber como, nos movimentos sociais e culturais, o pensamento comunicacional e expressivo emerge ao modo de práticas de produção de linguagem em gêneros variados, que vão das artes eruditas ao artesanato, da linguagem oral à linguagem visual e musical, quando não do cruzamento entre elas.

Estas práticas sociais não são exatamente o que se entende como as práticas profissionais da comunicação social – jornalismo, radialismo & televisão, relações públicas e propaganda. São, isto sim, modos singulares de produzir e fazer circular informações. Mais que alternativos aos chamados meios industriais da comunicação de massa, são discursos transversais aos sistemas de informação hegemônicos.

Quando se trata de estudos em comunicação, convém lançar mão de perspectivas teóricas que compreendam tais práticas poéticas, invariavelmente práticas midiáticas, como temas próprios deste campo do saber. Portanto, trata-se de considerar o fenômeno contemporâneo em que distintas práticas sociais e culturais vêm se constituindo como forma de produzir mediações e intervenções no pensamento comunicacional brasileiro e, por extensão, latino-americano.

Deve-se considerar, no plano teórico, a passagem histórica dos estudos dos efeitos para o uso dos meios tecnológicos na produção, circulação e consumo de informações nos dias de hoje. No plano empírico, visualizam-se modos de invenção de distintos circuitos comunicacionais em diferentes redes de movimentos sociais no Brasil. O que se vê, no âmbito da cultura popular urbana no Brasil, é a criação e a invenção de oficinas midiáticas, em que se evidenciam práticas culturais como a produção de ambientes em que circulam as informações na produção dos discursos relativos à cidadania e à subjetividade.

Além do tema das mediações (Jesús Martín-Barbero), pelo menos dois modelos teóricos no campo da Comunicação permitem conceber práticas poéticas como práticas



comunicacionais: a folkcomunicação, do brasileiro Luiz Beltrão, e a visão ritual da Comunicação, do americano James Carey. Nestes dois modelos teóricos, concebem-se práticas sociais como práticas comunicacionais na medida em que as consideram simultaneamente como práticas de produção de sentido.

Do modelo teórico de Beltrão, interessam os modos como as mediações da cultura popular são concebidas como veiculadoras de informações. Do modelo teórico de Carey, interessam os rituais de vinculação social para além dos difusionismos culturais e comunicacionais. Entre Beltrão e Carey, o que há é a ampliação do campo comunicacional que passa a compreender, debaixo de seu guarda-chuva teórico, práticas sociais que estão além das profissões instituídas e já legitimadas da chamada “comunicação social”.

A partir destas perspectivas teóricas, concebem-se práticas expressivas da cultura e o uso das tecnologias midiáticas como modos de invenção de novas práticas comunicacionais que atravessam a condição molar da chamada comunicação de massa. Desde a década de 1980 se observa, nos estudos em Comunicação, a emergência de uma certa visibilidade da tecnologia audiovisual como ferramenta de distintos grupos sociais no Brasil e na América Latina.

No entanto, mais que a visibilidade atualizada pela tecnologia, o que tem sido próprio desta “era digital”, interessa mais propriamente o agenciamento em que se cruzam as diferentes formas de existência na relação homem-máquina. Ou seja, a visibilidade de distintos segmentos sociais, no Brasil, passa hoje pelo uso que se faz de tradicionais formas de expressão cultural na relação com as mais recentes tecnologias de registro e comunicação digital.

Segundo o espanhol-colombiano Jesús Martín-Barbero⁴, a configuração das identidades culturais teria, como um de seus atuais registros, o fato de que as novas tecnologias seriam o ponto culminante de uma certa “operação antropológica”. Esta operação reativaria a lógica evolucionista que converte o Outro em “atrasado”. Assim, como sustenta o autor, o que constitui a identidade, no caso latino-americano, é o que nos falta, “o que nos constitui é a carência, e do que carecemos é a tecnologia produzida pelos países centrais, o que vai nos permitir o salto para a modernidade”.⁵

⁴ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações – Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 256.

⁵ Idem.



Portanto, a cultura contemporânea, neste caso a cultura popular urbana, em países latino-americanos como o Brasil, vem sendo reinventada em condições socioeconômicas que transitam entre reinvenção de tradições e experimentações de linguagem com novas tecnologias. Considera-se, portanto, nesta situação, se não a produção, o consumo de novas tecnologias como instância em que se cria um sentido político no qual se articula a relação entre produção de saber, produção econômica e novas relações de poder na sociedade brasileira. Cabe redefinir, quando se trata das questões entre comunicação e política, as nuances em que as circunstâncias agregam a produção de bens simbólicos com a produção de riqueza no que os cientistas sociais Antonio Negri e Maurizio Lazzarato chamam de “trabalho imaterial”.⁶

O chamado trabalho imaterial, segundo Negri e Lazzarato, se relaciona com o processo pelo qual o processo social torna-se processo econômico. E o que é mais social é exatamente a linguagem, a comunicação.⁷ A relação entre comunicação e desenvolvimento, portanto, pode se traduzir numa outra fórmula: comunicação “é” desenvolvimento, a partir da consideração, hoje fundamental para as camadas populares, de que distintas formas de produção de saber, incluindo os saberes comunicacionais, ganham outro estatuto, certamente numa perspectiva afirmativa, na emergência de distintas formas de subjetivação e emancipação coletivas na vida contemporânea.

Para além dos produtos da chamada indústria cultural, que são resultado da moderna e não raro enfadonha cultura de massa, interessa analisar a emergência singular de distintas formas de produção cultural, verdadeiros laboratórios sociais em que saberes midiáticos são construídos em condições economicamente adversas em países como o Brasil e, de modo geral, na América Latina. Para além do modelo funcional da comunicação de massa, em que se concebe um imaginário midiático comum e supostamente homogêneo, deve-se perceber na profusão das práticas midiáticas contemporâneas que o “em comum”, nos dias de hoje, deve ser percebido em sua multiplicidade.

Esta multiplicidade do “em comum” se dá certamente no uso dos meios de comunicação, mais precisamente no uso das tecnologias que constitui processos de midiaticização das culturas populares urbanas. No entanto, a singularidade destes

⁶ LAZZARATO, Maurizio & NEGRI, Antonio. *Trabalho Imaterial: Forma de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

⁷ Idem, p. 47.



processos de midiaticização é constituída não em seu caráter de “veiculação” de informações, que logo reconstituiria o velho modelo difusor da comunicação. Antes, tal singularidade se dá no que o professor brasileiro Muniz Sodré designa como “vinculação”, que compreende “práticas estratégicas de promoção ou manutenção do vínculo social, empreendidas por ações comunitaristas ou coletivas, animação cultural, atividade sindical, diálogos etc. Diferentemente da pura relação produzida pela mídia autonomizada, a vinculação pauta-se por formas diversas de reciprocidade comunicacional (afetiva e dialógica) entre os indivíduos”.⁸

A atribuição de valor aos saberes produzidos fora dos circuitos culturais socialmente legitimados supõe colocar em cena distintos modos como as práticas culturais ditas subalternas se afirmam quando se cogita a interface entre cultura e a midiaticização do mundo contemporâneo. Neste caso, a relação entre comunicação e desenvolvimento passa não mais pela legitimação de uma suposta visibilidade de grupos ou classes sociais nos meios de comunicação de massa, pelo volume de informações consumidas pela massa populacional ou pela perspectiva que pensa a comunicação como ferramenta de difusão de valores socialmente homogêneos.

Ao contrário, a perspectiva do “uso dos meios” aponta para outros aspectos, que inclui os modos como distintos atores sociais reinventam circuitos comunicacionais e culturais como estratégias de produção, circulação e consumo de outras informações, outras idéias, outros saberes, outras epistemes, no mundo contemporâneo. Quando se trata de comunicação, certamente que estes processos de produção de subjetividade demandam novos modos de escuta social e uma constante reeducação do olhar sobre o que é a realidade social e como ela deveria ser.

⁸ SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002, p. 234.



Bibliografia

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: Teoria e Metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BRANDÃO, Ludmila de Lima. *A casa subjetiva – Matéria, afectos e espaços domésticos*. São Paulo e Cuiabá: Editora Perspectiva e Secretaria de Estado de Cultura de Mato Grosso, 2002.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e Cidadãos – Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CANEVACCI, Massimo. *Culturas eXtremas – Mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. Trad. Alba Olmi.

_____. *Sincretismos – Uma exploração das hibridações culturais*. São Paulo: Studio Nobel & Instituto Cultural Ítalo-Brasileiro, 1996. Trad. Roberta Barni.

CAREY, James. *Communication as Culture – Essays on media and society*. London and New York: Routledge, 1992.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede, a Era da Informação: Economia, sociedade e cultura* Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

DeFLEUR, MELVIN & BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

DOWNING, John D. H. *Mídia Radical – Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002. Trad. Silvana Vieira.

GROPPO, Luís Antonio. *Juventude – Ensaio sobre Sociologia e História das Juventudes Modernas*. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

GUATTARI, Félix & ROLNIK, Sueli. *Micropolítica: Cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1996.

GUSHIKEN, Yuji. Dialogismo: Emergência do Pensamento Latino-Americano em Comunicação. In: *Comunicação, Mídia e Consumo*, ano 3, vol. 3, número 8. São Paulo: ESPM, 2006.

HALL, Stuart & WOODWARD, Kathryn & SILVA, Thomaz Tadeu da (org.). *Identidade e Diferença – A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

LAZZARATO, Maurizio & NEGRI, Antonio. *Trabalho imaterial – Formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. *Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1990.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações – Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides.

MATTELART, Armand. *Comunicação-Mundo – História das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.



NICHOLS, Bill. *Introdução ao Documentário*. São Paulo: Papyrus, 2005.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho – Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

TUCHERMAN, Ieda. *Breve história do corpo e de seus monstros*. Lisboa: Vega Editorial, 1999.

Videografia

100% Favela. Direção: Silvia Bisilliat. Atração Fonográfica: São Paulo, 2006. NTSC, 205 min.