



Velocidade da Informação e Sua Relação com o Receptor ou Como Letras de Músicas Populares Transformam Leigos em Comunicação Social em Receptores da Mídia Digitalizada¹

Elisabeth Maria de Souza Camilo²

Professor Orientador: Pós-Doutorando Denis Porto Renó³

Resumo

Vive-se hoje a interação mediada ou quase mediada muito mais do que a face a face. O receptor recebe a informação praticamente padronizada e poucas modificações são adicionadas a ela. Essa comunicação apresenta a crítica de mídia como uma forma de avaliar como um receptor pode ser tornar mais ativo e utiliza como premissa as letras de três canções brasileiras que falam de interação e convergência de mídia.

Palavras-chave

Interação mediada, teoria da recepção, velocidade de informação, cibercultura.

Corpo do trabalho

A janela da casa dá para a rua e está totalmente aberta. Quem passa consegue ouvir a voz feminina cantando alto enquanto faz a faxina. A letra diz que ela vai deletar, vai excluir do MSN alguma pessoa ou internauta. As perguntas que nascem a partir desse fato facilmente observável são várias: será que um país em que quase 70% da população não tem acesso à Internet, sabe o que é Orkut, MSN, facebook? Se participar dessas redes, essas pessoas têm conhecimento do mecanismo e da importância das mesmas na nossa rotina? Mesmo que não saibam o fundamento das redes sociais e de fluxo de informação, conhecem pelo menos a origem das palavras que as nomeiam? Têm elas um mínimo discernimento sobre a dinâmica da informação na era da totalização do produto digital? Essas e outras perguntas nos levaram a avaliar a velocidade com que a informação nos chega e como ela é disseminada através dos povos mesmo que esses sejam totalmente excluídos digitalmente.

Para fim de elucidar a pesquisa, propomos a análise de três letras de canções brasileiras, a saber:

- Parabolicamará, de Gilberto Gil;

¹ Comunicação apresentada ao DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania

² Estudante do quinto período de jornalismo da UFOP – Universidade Federal de Ouro Preto – emscprivacy@yahoo.com.br

³ Pós-doutorando pela Universidade Complutense de Madrid – especialidade: Jornalismo Eletrônico. Homepage: www.ojosenel.mundo.com, e-mail Denis.porto.reno@gmail.com



- Pela Internet, de Gilberto Gil;
- Homem do meu tempo, de Bruno e Marrone.

Para fundamentar teoricamente o texto, buscaremos nas teorias clássicas do jornalismo, em Michel de Certeau, em John B. Thompson e Manuel Castells, além de outros autores, as referências necessárias para se embasar nossa pesquisa.

O tom dessa introdução se assemelha a um de crônica, mas é esse o objetivo, isto é, fazer de um assunto que possui muito de técnica algo mais suave de se discutir, de se avaliar. A mulher que canta é a grande massa de receptores na qual os autores se incluem, a letra da canção é a informação que se modifica a cada instante e o conhecimento que dela adquirimos é o conteúdo que podemos absorver para nos avaliarmos diante da era da virtualização. Para alcançarmos nosso objetivo, recorreremos à análise do discurso midiático como metodologia.

Se fosse possível afirmar com certeza, diríamos que vivemos uma nova era da “indústria cultural”, preconizada pelos intelectuais da Escola de Frankfurt, uma relação em que nós seríamos a grande massa receptora de todos os produtos midiáticos e quando reproduziríamos com tamanha velocidade o que recebêssemos que logo tudo se tornaria danoso para a sociedade. Mas essa suposição sequer pode ser pensada porque a rapidez do fluxo informativo é muito maior do que os clássicos autores citados pensavam. Copiamos sim tudo o que recebemos da mídia como se representássemos os agentes publicitários dos produtos por ela apresentados, mas não porque isso nos é imposto. Absorvemos o produto e ele logo se transforma em ícone mesmo que inconscientemente, por algum tempo. Com a dinâmica da comunicação, muitos desses produtos logo se tornam obsoletos, dando lugar ao pódio a outros que acabam de chegar.

Como se fosse um espelho da evolução do desenvolvimento da mídia, a música popular brasileira reflete como a dinâmica dos meios de comunicação se faz. Em uma tentativa rápida de se montar um pequeno acervo, encontraremos letras que falam desde os diálogos face a face até o papel primordial da Internet em nossas vidas, passando pelos recados, bilhetes, fax, rádio, locutores, televisão, CDs, DVDs, computadores e ipods. Em cada época em que um produto exercia maior influência, a criatividade dos compositores se prestava a formular soluções que logo “caíam na boca do povo” e, popularizados, eram mitificados e viraram produtos de consumo. Dentro dessa contextualização, a MPB pode servir como base para pesquisas diversas dentro dos campos da teoria da comunicação e dos estudos da recepção midiática. Apenas com a



proposta de filtrar nossa análise, decidimos escolher as três composições já apresentadas por razões específicas:

- envolvem termos técnicos muito atuais e vinculados à era da globalização que ergueram as bandeiras da digitalização e da virtualização, mas que nem sempre são totalmente conhecidos pela população leiga no assunto, a saber, a maioria;

- propõem-se a defender ou a criticar novos comportamentos da “massa” diante das novas tecnologias, ora trazendo ares de saudosismo ora promovendo propaganda positiva ou negativa dos produtos anunciados;

- apontam para novos posicionamentos diante da nossa nova realidade, quando os encontros face a face foram substituídos pela mediação das máquinas e incitam novas discussões, inclusive no campo da filosofia e da psicologia social.

Analisemos as letras das três obras apontadas mais pormenorizadas:

Parabolicamará

Gilberto Gil

Antes mundo era pequeno

Porque Terra era grande

Hoje mundo é muito grande

Porque Terra é pequena

Do tamanho da antena

Parabolicamará

Ê volta do mundo, camará

Ê, ê, mundo dá volta, camará.

Antes longe era distante

Perto só quando dava

Quando muito ali defronte

E o horizonte acabava

Hoje lá trás dos montes

dendê em casa camará

Ê volta do mundo, camará

Ê, ê, mundo dá volta, camará



De jangada leva uma eternidade

De saveiro leva uma encarnação

Pela onda luminosa

Leva o tempo de um raio

Tempo que levava Rosa

Pra aprumar o balaio

Quando sentia

Que o balaio ia escorregar

Ê volta do mundo, camará

Ê, ê, mundo dá volta, camará

Esse tempo nunca passa

Não é de ontem nem de hoje

Mora no som da cabaça

Nem tá preso nem foge

No instante que tange o berimbau

Meu camará

Ê volta do mundo, camará

Ê, ê, mundo dá volta, camará

De jangada leva uma eternidade

De saveiro leva uma encarnação

De avião o tempo de uma saudade

Esse tempo não tem rédea

Vem nas asas do vento

O momento da tragédia

Chico Ferreira e Bento

Só souberam na hora do destino

Apresentar



Ê volta do mundo, camará

Ê, ê, mundo dá volta, camará

Através da Análise do Discurso Midiático podemos perceber que o compositor se preocupou em confrontar o passado com o presente, não permitindo que o analista perceba se ele é a favor ou contra as novas tecnologias. O compositor trabalha com o conflito de mundo grande x terra pequena / terra pequena x mundo muito grande com conotações diferentes, semanticamente modificadas por causa da presença de uma antena parabólica nos lares brasileiros. O tom da surpresa vem no mote “mundo dá voltas, camará”, no sentido de mostrar que o que vivíamos ontem ciclicamente retorna ao presente, trazendo a proposta pessimista dos intelectuais frankfurtianos de volta ao atual momento ou até mesmo uma onda positiva diante de todas as inovações. Outro par conceitual de cunho psicológico-social é o de perto x distante, quando o autor nos traz os conceitos modificados de temporalidade e de espaço que a nova informação promove no planeta. Termo técnico como “onda luminosa que leva o tempo de um raio” faz alusão ao uso da fibra ótica nos novos meios de mídia embora no fim da década de setenta do século anterior pouca gente conhecesse o assunto. Para que o receptor compreendesse os novos conceitos de temporalidade e de distância, o autor utilizou o recurso da comparação para melhor proposta metodológica: mesma distância em jangada leve = uma eternidade, de saveiro leve = uma encarnação, de avião = o tempo de uma saudade. Portanto, a relação entre distância e tempo parece totalmente distinta quando há algum tipo de mediação, em linearidade (passado muito distante, passado e presente). A informação nos chega de qualquer lugar, via satélite, e, pela TV (o caso em questão), temos acesso ao momento da tragédia sem sair do lugar. O comodismo tomou conta da humanidade e mais uma vez a teoria pessimista de Lazarsfeld, Adorno e Hockheimer se faz presente no dia a dia das pessoas.

A segunda composição ainda é mais complicada embora mais atual. Sem dúvida, a Internet veio para modificar a história da humanidade. Hoje, fazem parte de nosso *curriculum vitae* nosso *e-mail*, nosso *website*, nossa *homepage*. Fazemos *downloads* e *uploads* o tempo todo, pesquisamos em sites de busca e até fazemos cirurgia com o uso do computador. Como na previsão de George Orwell, na obra intitulada 1984, hoje somos monitorados pelas máquinas e sem elas não vivemos com conforto. Observemos a mensagem de Gilberto Gil em “pela Internet”



Pela Internet

Gilberto Gil

Composição: Gilberto Gil

Criar meu web site

Fazer minha home-page

Com quantos gigabytes

Se faz uma jangada

Um barco que veleja ...(2x)

Que veleje nesse informar

Que aproveite a vazante da infomaré

Que leve um oriki do meu orixá

Ao porto de um disquete de um micro em Taipé

Um barco que veleje nesse infomar

Que aproveite a vazante da infomaré

Que leve meu e-mail até Calcutá

Depois de um hot-link

Num site de Helsinque

Para abastecer

Eu quero entrar na rede

Promover um debate

Juntar via Internet

Um grupo de tietes de Connecticut

De Connecticut de acessar

O chefe da Mac Milícia de Milão

Um hacker mafioso acaba de soltar

Um vírus para atacar os programas no Japão



Eu quero entrar na rede para contatar

Os lares do Nepal, os bares do Gabão

Que o chefe da polícia carioca avisa pelo celular

Que lá na Praça Onze tem um videopôquer para se jogar...

De uma forma mais positiva, o compositor apresenta o desejo de uma pessoa “antennada”, de estar atualizada com as tendências do mundo. Todos querem ter sua própria página na Internet (*website*, *homepage*) ou mesmo um *blog*. Os temas “velocidade da informação” e “novo conceito de temporalidade” se fazem presentes bem como suas relações com a questão da distância.

Caso o receptor não reconheça os termos técnicos apresentados na letra, seria válido que o compositor fizesse um índice remissivo (usar a metalinguagem) para explicar o significado das palavras, uma vez que a letra é bastante técnica. Outro aspecto relevante citado no texto é a invasão de *sites* através da propagação de vírus por *hackers*, que hoje são profissionais em várias empresas, principalmente as estratégicas de certos governos.

Qual a nossa realidade? Promovemos debates (fóruns) na Internet sobre diversos temas, incluindo os temas escolares à polêmica política. Estudamos à distância, defendemos nossas dissertações em videoconferências e até o sistema jurídico-prisional já se adaptou aos novos métodos. Golpes são aplicados o tempo todo aos internautas “inocentes” que recebem *e-mails* viróticos o que não acontecia no apogeu do uso dos correios e telégrafos. Casamentos são realizados virtualmente e há um *ranking* onde podemos verificar os campeões em captação de novos “amigos” ou membros nas redes sociais. Até o conceito de amizade mudou no mundo da Internet já que podemos ter amigos em todos os lugares do planeta.

Termos que podem apresentar dificuldade de compreensão: *website*, *homepage*, *gigabytes*, disquete, *e-mail*, *hotlink*, *hacker*, vírus, programas, acessar, atacar.

Outros recursos linguísticos utilizados pelo compositor são a liberdade poética vinculada aos termos relacionados ao uso da Internet, conforme podemos ver no trecho



“um barco que veleje nesse informar, que aproveite a vazante da infomaré, que leve um oriki do meu orixá ao porto de um disquete de um micro ao Taipé” (vínculo com internauta, navegar, driver).

A terceira e última composição já é quase um desabafo contra o excesso de tecnologia em meio à qual vivemos. Verifiquemos:

Homem Do Meu Tempo

Bruno e Marrone

Composição: Paulo Debétio / Paulinho Rezende

Vou levando a vida e a vida me levando, tudo é viver

Embalando amores nas canções mais comovidas,

Do meu carro eu posso ver

Gente pelos bares, telefones celulares,

Nuvens de fumaça

Crianças brincam numa praça

Isso mexe com as minhas emoções

Avião, metrô, velocidade essa cidade que não dorme

Avança no sentido do futuro

Para que tudo se transforme

Imagens e palavras chegam via internet

Eu sou mais um viajante, um sonhador

Diante de um maravilhoso mundo novo

A tela de um computador

Vou vivendo a vida, momento a momento

Deixando o meu sentimento nas canções que invento

Prá falar de amores

Sou um ser humano, homem do meu tempo

O futuro é onde eu moro, mas no fundo eu adoro

Conversar com as flores

Vou seguindo em frente,

Mil faróis, máquinas quentes cantam pneus

Quanto mais eu vejo esse progresso a minha frente, mas eu tenho fé em Deus



Prédios aos milhares, gente, usinas nucleares, sondas no espaço

Mas é a força de uma abraço que renova

Essas minhas emoções

Paro no sinal, vejo pessoas sem abrigo e sem destino

Onde estão os filhos desses velhos e os pais desses meninos

São coisas que eu pergunto e a resposta é o silêncio

Que me dá um grande medo, tristeza e dor

Será que alguém vai perguntar em poucos anos

O que era o amor?

O compositor não se contém diante do abandono de coisas por ele consideradas simples e percebe quanta falta elas fazem a ele em uma era em que a tela de um computador substitui quase tudo na vida de um ser humano (ex.: falar com as flores). A visão de futuro sob o ponto de vista do compositor é bastante pessimista (embora ele viva no presente, já se encontra no futuro) e pode viajar conforme o clássico citado (maravilhoso mundo novo) nas telas de um computador. Essa letra pode dividir os receptores em duas facções: as que concordam com o autor e as que não aceitam a opinião dele, o que suscitará debates entre as partes. Nessa letra, podemos afirmar que o pessimismo dos intelectuais da Escola de Frankfurt persiste; entretanto, mesmo percebendo esse tom, a população compra CDs, canta a canção e faz a publicidade inconscientemente, admitindo ou não a ideia do compositor.

As três letras analisadas nos conduzem a autores antigos e atuais, mas que dialogam entre si quanto à questão da recepção das mensagens diversas, entre as quais as da própria história do desenvolvimento da comunicação social no país e no mundo.

Nuzzi (1998, p. 19) conseguiu de forma bastante apropriada traduzir a ideia dessa comunicação. Segundo ele, transcrevendo texto de Bill McKibben, no livro "The Age of Missing Information",

Em 1912, Chesterton definiu a imprensa, ainda com um resto de romantismo, como 'a arte de dizer que Lord Jones morreu a quem nunca soube que Lord Jones existiu'. Com o tempo, ela passou a ser também o ofício de indistintamente dizer que Lord Jones disse, ou dizer que Lord Jones disse o que Lord Jones nunca disse ou (...) fazer de conta que nunca existiu um Lord Jones a um público cada vez mais informado, com uma eficiência que poucos teriam sonhado. Mas 1912 é pré-história.

Gehlen (1955, p.22) vê magia na técnica. Segundo ele

O progresso impetuoso da técnica moderna realizou-se, pois, na mais estreita correlação com as ciências da natureza e com o modo de produção capitalista, que se desenvolveram no mesmo ritmo vertiginoso; os três fatores estimularam-se reciprocamente.

Continua esse autor sua narrativa sobre como ele via o que ocorria a seu redor:

Durante a parte incomparavelmente maior de sua história a humanidade teve de contentar-se, como sabemos, com recursos técnicos bastante modestos, muito embora essas invenções elementares fossem todas elas altamente engenhosas. Esses aparelhos e instrumentos tiveram extraordinárias repercussões históricas e sociais como o atestam a descoberta do carro e guerra, da arma de fogo e do arado, mas a técnica não tinha penetrado no centro da concepção do mundo, nem portanto na concepção do homem, como hoje, que esperamos da cibernética.

Gehlen (*op.cit*) descreve em sua obra os receios que tinha sobre como seria o novo comportamento humano diante de máquinas potentes que poderiam seduzir o homem e também torná-lo dependente delas. Neste aspecto, ele é conveniente nessa pesquisa porque propomos, de alguma forma, mostrar como o indivíduo aceita propagar e difundir ideias sobre as quais não têm conhecimento, formação nem senso crítico porque aceita sem avaliar e dissemina sem saber o que dissemina, praticando o que Nuzzi (*op.cit.*) chama de “Lord Jones”. Em outras palavras e usando as letras escolhidas para análise, as pessoas compram/cantam/divulgam produtos sobre os quais quase nada sabem simplesmente pelo fato de terem sido lançados pela mídia e se tornado a moda do momento. Seria bastante proveitoso que a pedagogia e áreas afins pudessem usar esses produtos para informar mais os cidadãos e torná-los mais críticos e capazes de tecerem argumentos válidos sobre suas opiniões a respeito do que disseminam.

As maiorias dos estudos de recepção enfatizam a importância de se pensarem os meios de comunicação sempre em diálogo com a contextualização social no meio da qual recebe e reproduz a mensagem recebida. Thompson (2008, p. 41) nos aponta o estudo de crítica de mídia como uma forma de avaliar a reação ou a falta de reação do receptor diante dos produtos a ele ofertados, dando ênfase principalmente ao texto emitido (mensagem propriamente dita). Ele nos alerta que

Há muitos a se lucrar com uma rigorosa análise das questões relativas a esses “textos” (...) Os textos são analisados em si mesmos e por si mesmos, sem referências aos objetivos e recursos daqueles que os produzem, por um lado, e às maneiras em que são usados e entendidos por aqueles que os recebem, por outro lado. Os produtores e os receptores nos escapam à vista, enquanto o analista ou o crítico se detém na forma cultural que é, um tanto artificialmente, abstraída de seu contexto social de produção, circulação e produção.

Ainda segundo Thompson (*op.cit.* p.41) um dos fatores que deve ser estudado quanto à recepção e à aprovação das mensagens midiáticas é o grau de aceitação desta mensagem comparado com a atenção e a compreensão revelado pelos receptores.

Embora essa pesquisa objetive mostrar que nem sempre compreendemos o que recebemos, através do *corpus* especificado, Thompson (*op.cit.*, p.42-43) compreende que isto pode ocorrer porque estamos socialmente contextualizados e que o processo de recepção “depende de habilidades e competências adquiridas que os indivíduos mostram no processo” e “está relacionado com o processo histórico em que o indivíduo está inserido”. Isso pode explicar porque quando um produto midiático é evidenciado em determinado momento da história ele passa a fazer parte de nosso conhecimento mesmo que superficialmente. Em nosso exemplo, as letras das canções, atualmente, mostram o relacionamento do homem sendo mediado pelos celulares, pelos torpedos, pelas redes sociais virtuais e por outros recursos tecnológicos. No passado, falaram de recados, cartas, postais, bilhetes, rádios e televisão, por exemplo. A isto, Thompson (*op.cit.*, p.43), vai chamar de influência da rotina. De fato, os compositores apenas escreveram as letras e as musicalizaram, mas os receptores logo as absorveram porque elas são coisas do “homem deste tempo”. Hoje elas talvez não absorvam um enredo em que alguém escreve um bilhete e coloca dentro de um livro que alguém provavelmente pode não abrir porque usará um *e-book* e só costume ler *e-mails*. Mesmo as pessoas não incluídas digitalmente conseguem perceber sua exclusão e tentam incluir os filhos no processo em que não se inseriram.

Castells (1999, p.442-444) fala-nos de uma “sociedade interativa” e coloca a Internet como um ícone dessa sociedade. Numa rápida revisão de literatura, mostra autores que são favoráveis e desfavoráveis a ela, expondo a razão de seus argumentos, mas não deixa de colocar em evidência o relevante papel social que a interação mediada pelo computador imputou ao mundo. O autor admite que a grande rede “favorece a expansão e a intensidade de centenas de laços frágeis que geram uma camada



fundamental da interação social para as pessoas que vivem num mundo tecnologicamente desenvolvido”. Junto à Internet, o autor providencia aspectos importantes de outras formas mediadas de comunicação para o desenvolvimento de relações sociais em nosso planeta, mas, de alguma forma, prenuncia a extinção gradativa dos contatos face a face, trocados pela comodidade da interação.

Em consonância com Castells (*op. cit.*), Thompson (*op.cit.*) discute em suas obras o papel da interação mediada e nos fornecem bons fundamentos para compreendermos porque aceitamos ou tentamos aceitar o que de fato não conhecemos mas foi veiculado pela mídia. Para compreendermos esse novo conceito de mediação, recorremos a Thompson (*op.cit.* p.17-82) que pedagogicamente nos define o que vem a ser mediação e suas diferentes faces. Para esse autor, antes da chegada da televisão, a interação entre as pessoas era principalmente face a face, mas com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação ganhou outras formas e se dissociou do ambiente físico “de tal maneira que os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço-temporal”. O uso dos novos meios de comunicação fez surgir novas formas de interação que se estendem no espaço e também no tempo e nos proporciona novas formas de agir mesmo que distantes, o que podemos observar nos relacionamentos de amizade, de amor, nas parcerias comerciais e nos estudos a distância, como exemplos. O autor nos apresenta os conceitos de “interação face a face”, “interação mediada” e “interação quase mediada”. Por razão simples, interessam-nos, no caso em estudo, as interações mediadas e as quase mediadas. As diferenças entre elas podem ser assim definidas, segundo Thompson (*op.cit.*):

- interação mediada – cartas, conversas ao telefone, envio de torpedos. Implicam o uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, etc.) que possibilitam a transmissão da informação e conteúdo simbólico para pessoas situadas remotamente no espaço, no tempo ou em ambos;

- interação quase mediada - estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (livros, jornais, rádios, televisão, etc.) – implica uma extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico no espaço e no tempo mas também envolve um leque de deixas simbólicas.

Enquanto na interação mediada o receptor não tem acesso a gestos, traços faciais ou outros elementos que complementam a mensagem, na quase mediada isso é possível. A última afeta um número indefinido de receptores potenciais.



Na pesquisa em curso, quando ouvimos uma canção podemos pensar em interação mediada em princípio, mas, com maior análise, perceberemos que ela afeta muitos receptores ao mesmo tempo e podem promover neles diferentes reações. Se um receptor canta, como exemplo, a canção de Gilberto Gil intitulada “ Na Internet”, podemos inferir que ele conhece o que canta porque possui o conhecimento necessário ou só reproduz o produto porque ele é reproduzido por todos, sem maiores esclarecimentos. Pode ocorrer no primeiro exemplo, que o receptor saiba o que é uma antena parabólica, mas nunca parou para pensar como ela modifica a vida das pessoas (ou TV a cabo) enquanto que a terceira mexe mais com o sentimento da pessoa por causa da subjetividade presente. Fica claro que, em alguns aspectos, a interação mediada possui muitos aspectos da quase mediada, sob o critério de Thompson (*op.cit.*).

De algum modo, podemos afirmar que a interação quase mediada modifica bastante nosso comportamento social porque afetará um número maior de indivíduos.

Briggs & Burke (2006, p. 266-267) trabalham com o conceito de “convergência, apontando nele o harmonioso casamento entre computadores e telecomunicações e revelando sua evolução desde a década de 60 do século XX até a atualidade. A convergência é a promotora dos fenômenos comunicacionais que vivemos uma vez que todos têm direito à informação através de quaisquer meios disponíveis. É por causa da convergência que as crianças e jovens usam computadores e se viciam na Internet e filmes e séries de televisão se transformam em videogames. Mas também é devido à convergência que a vida se tornou mais fácil quando o tema é vencer a burocracia, a tecnocracia. Foi a chegada da globalização que trouxe um novo léxico que foi prontamente admitido mesmo por pessoas que não podiam compreender o significado dele. Palavras como *chip*, *Bluetooth*, *Black Berry*, *Sky*, *net*, *website*, *homepage*, *byte*, *bit*, *wifi*, *wireless*, *blog*, *ipod*, *iphone*, *tablet*, *desktop*, *notebook*, *netbook*, *blueray* entre outras passaram a fazer parte do dia-a-dia do receptor, que muitas vezes as usa sem sequer saber o que elas significam.

Termino essa comunicação com as palavras de Certeau (2011) e de DeBord(1997), que complementam nossa proposta de trabalho. DeBord (*op.cit.*, p. 103) , falando da espetacularização das coisas, nos diz:

O tempo da produção, o tempo-mercadoria é uma acumulação infinita de intervalos equivalente. É a abstração do tempo irreversível e todos os seus segmentos devem provar pelo cronômetro sua mera igualdade quantitativa. O tempo é, em sua realidade efetiva, o que ele é em seu caráter intercambiável. É nessa denominação social do tempo-mercadoria que “o tempo é tudo, o homem não é nada: no máximo, ele é a carcaça do tempo” (miséria da filosofia). É o tempo desvalorizado, a inversão completa do tempo como “campo de desenvolvimento humano”.

Em diálogo com DeBord (*op.cit.*), Certeau (*op. cit.*, p.88) nos apresenta um receptor pouco visionário, que cabe perfeitamente dentro do perfil da voz que canta com a janela escancarada, a canção que dissemina a exclusão de alguém de uma rede social ou mesmo o que Nuzzi fala a respeito do misterioso “Lord Jones”. Para ele, esse receptor pode ser considerado como.

Enigma do consumidor-esfinge. Suas fabricações se disseminaram na rede de produção televisiva, urbanística e comercial. São tanto menos visíveis como as redes do enquadramento se fazem mais apertadas, ágeis e totalitárias. Proteiformes, então, ou cor de muralha, elas desaparecem nas organizações colonizadoras cujos produtos não deixam lugar para os consumidores marcarem sua atividade. Uma criança ainda rabisca e suja o livro escolar; mesmo que receba um castigo por este crime, a criança ganha um espaço, assina aí sua existência de autor. O telespectador não escreve coisa alguma na tela da TV. Ele é afastado do produto, excluído da manifestação. Perde seus direitos de autor, para se tornar, ao que parece, um puro receptor, o espelho de ator, multiforme e narcísico. No limite, seria ele a imagem de aparelhos que não mais precisam dele para se produzir, a reprodução de uma “máquina celibatária”.

Nada há de errado em alguém cantar qualquer canção, comprar qualquer CD ou qualquer produto anunciado pela mídia. Entretanto, faz-se preciso que as pessoas saibam o que fazem, o que significa a informação que ajudam a propagar e tenham uma consciência ainda que mínima da importância do conhecimento para a elevação de uma crítica positiva da mídia. Não podemos aceitar apenas a proposta de nos tornarmos zumbis da comunicação, mas que sejamos ativos na comunicação já que hoje é ela quem move o mundo.



Referências bibliográficas

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma História Social da Mídia:** de Gutenberg à Internet. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede.** V. 1 : A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. 6.ed., 13.reimpressão. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CERTEAU, M. De. **A Invenção do Cotidiano:** Artes de Fazer. 17.ed. Petrópolis:Vozes, 2011.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo.** 4.ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GEHLEN, A. **A Alma na Era da Técnica:** Problemas de Psicologia Social na Sociedade Industrializada. Lisboa: Livros do Brasil, 1955.

JUNGBLUT, A.L. **A Heterogenia no Mundo On-Line:** Algumas Reflexões sobre Virtualização, Comunicação Mediada por Computador e Ciberespaço. Disponível em www.scielo.br/pdf/ha/v10n21/20621.pdf, acesso em 09.07.2011.

NUZZI, E.de F.; BARROS FILHO, C. **Globalização. Mídia e Ética:** Temas para Debates de Comunicação Social. São Paulo: Plêiade, 1998.

SERRA, P. **Informação e Sentido:** Notas para uma Abordagem Problemática do Conceito de Informação. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-informacao_e_sentido.pdf, acesso em 10.07.2011.

THOMPSON, J.B. **A Mídia e a Modernidade:** Uma Teoria Social da Mídia. 10.ed. Petrópolis:Vozes, 2008.