

Da Informação em seu Estatuto de Símbolo Comunicável¹

Mauro Celso F. MAIA²

Universidade da Amazônia, Belém, PA

RESUMO

Determinados resultados que as interconexões entre comunicação, informação e tecnologia têm gerado na atualidade podem ser percebidos (historicamente) em problemas apresentados e relacionados à emergência de questões que de antemão se apresentam como propriamente remetidas ao universo de uma ambiência midiaticizada. No texto clássico de Armand e Michèle Mattelart encontra-se o percurso de formação desta perspectiva; da teoria original de Muniz Sodré, extrai-se o destaque da mídia como dispositivo tecnológico que provoca uma nova qualificação de vida.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; teoria da comunicação; informação.

A Informação como símbolo comunicável

Os relacionamentos da mídia com a cultura podem ser compreendidos a partir do ponto de vista dos processos informativos estabelecidos no espaço social. O século XX testemunhou uma nova ordem de transformações ser impregnada formalmente por estes processos informativos. A expansão das redes de comunicação através do rádio, cinema, televisão e internet e seus impactos sobre a cultura são algumas de suas referências. Muniz Sodré(2010, p. 12) identifica como fundamental nesta virada as possibilidades trazidas pelo avanço técnico das telecomunicações, relativas à interatividade e ao multimídiaismo. Ganha relevo nessa verdadeira mutação tecnológica a “informação”, caracterizada (pelo estudioso brasileiro por modos operativos), baseados na transmissão de sinais, sejam eles estruturas puramente matemáticas até as organizacionais e cognitivas.

Esta realidade se reforça ainda mais com a constatação de que os resultados das interconexões entre comunicação, informação e tecnologia gerados na atualidade podem ser percebidos em problemas apresentados e relacionados à emergência de questões que de antemão se apresentam como propriamente remetidas ao universo de uma ambiência midiaticizada.

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Sociologia (UFPA); email: mcfeitosamaia@gmail.com.

Para tratar da informação como um aspecto relevante dessa realidade, alguns dados e princípios básicos merecem exame, no âmbito que se afirma como estatuto de símbolo comunicável – de dispositivo de comunicação – e relacionado ao processo crescente de valorização das atividades culturais no contexto de lógicas diversas, de processos de mediação e negociação entre exigências externas e as realidades singulares.

Antes, porém, é preciso enveredar pelo caminho que recupera o conjunto de noções fundadoras de uma visão da comunicação como fator de integração das sociedades humanas, conjunto que recobre uma multiplicidade de sentidos há muito a ela devotados. Para Muniz Sodré, são noções correspondentes a uma multiplicidade de reflexões sobre a vida social, e que levaram à definição de um objeto claro para a Comunicação, a vinculação entre o eu e o outro, seja considerado do ponto de vista do indivíduo, seja do coletivo.

Assim entendendo, a questão comunicacional³ evidencia que não se trata de pôr em comum apenas as diferenças, mas também o *problema* da diferença. Ensina Sodré que o latim clássico, ciceroniano tomava como implícito na origem da palavra *communicatio* o significado propriamente de *societas* ou sociedade abordada pelo ângulo comunitário da atração, comércio ou vinculação entre humanos, deuses e humanos, vivos e mortos. “A expressão *dies communicarius* prescreve a ritualização desse laço.” (*Id.*, 2001: 109).

Mas é a (crescente e veloz) presença hegemônica da informação na estruturação das representações e ações sociais, notadamente a partir da segunda metade do século XX, que provocou uma importância ainda maior à questão comunicacional no âmbito das sociabilidades, conferindo-lhe autonomia e fornecendo as garantias de constituição de seu objeto. Estas garantias são a especificidade da vinculação social que, em sentido lato, é o objeto de uma ciência da comunicação. Em sentido estrito, a evidência de que as práticas sócio-culturais ditas comunicacionais ou midiáticas vêm se instituindo como um campo de ação social correspondente a uma nova forma de vida, um *bios* midiático, ou um *bios* virtual, conforme Muniz Sodré tem se dedicado em demonstrar.

A história dessa versão renovadora fez com que o campo de observação científica da Comunicação se inscrevesse sob a tensão de diversas ordens, entre estas as das redes físicas e imateriais, do biológico e do social, da natureza e da cultura, dos dispositivos técnicos e do discurso, da economia e da cultura, das perspectivas micro e macro, do local e do global, do indivíduo e da sociedade, entre outras.

³ Cf. também Braga(2011); França(2010); Martino(2007); Wolf(1995).

Como caso particular de conhecimento, diversas correntes de pensamento da sociologia nas ciências da comunicação se formaram a partir dessas complexidades. No meio delas, se constituiu a perspectiva de utilização das máquinas de comunicar; implicação que remete, por exemplo, diretamente ao contexto de desenvolvimento das indústrias culturais contemporâneas - (como bem atesta o âmbito da produção, difusão e consumo da imagem e do som, maiores beneficiadas por essas ocorrências).

Para recuperar os principais elementos que formaram essa perspectiva, recorre-se à síntese apresentada na “História das teorias da comunicação”, mapeada por Armand e Michèle Mattelart (1999). Basicamente, é a história de um percurso que parte da formação das redes e fluxos comerciais e de comunicação e chega até o reconhecimento recente de um planeta híbrido, “um mundo e várias sociedades”.

A partir do século XIX, período que intensifica a invenção dos sistemas técnicos básicos da comunicação e do princípio do livre comércio, a noção de comunicação se constituirá como campo de observação científica privilegiado da natureza da nova sociedade, centrada nas questões das redes físicas, da ideologia da ciência e do progresso e das multidões ocupando as cidades. Assim, a inspiração para obtenção desse privilégio nasce da descoberta das trocas e dos fluxos na organização do trabalho coletivo no interior da fábrica e na estruturação dos espaços econômicos, resumida na expressão “divisão do trabalho”, e na concepção da sociedade como sistema orgânico e como sistema industrial, representada no conceito de rede.

“A comunicação contribui para a organização do trabalho coletivo no interior da fábrica e na estruturação dos espaços econômicos. Na *cosmópolis* comercial do *laissez-faire*, a divisão do trabalho e os meios de comunicação (vias fluviais, marítimas e terrestres) rimam com opulência e crescimento”. (MATTELART, 1999: 14).

O postulado Iluminista – *laissez faire, laissez passer* – se instituirá na apreensão do conjunto de circuitos do mundo econômico como “sistema”, “unidade”, segundo o qual o comércio tem um poder criador, proclamando-se, então, a necessidade de liberação dos fluxos de bens e de mão-de-obra e a sustentação de uma política de construção e conservação das vias de comunicação. O cruzamento das linhas do comércio entre a terra e os homens, por um lado, e entre as classes que compõem a sociedade, por outro, provocam o surgimento de uma economia de “fluxos”.

A divisão do trabalho e o modelo de fluxos materiais prefigurarão um modelo cibernético dos fluxos materiais com os fluxos do dinheiro como informação e os projetos de mecanização das operações da inteligência, a “máquina da diferença” e a “máquina analítica”, ancestrais das grandes calculadoras eletrônicas que precederam a invenção do computador. O advento do pensamento do organismo na forma de rede formulará uma ciência da reorganização social, em que a administração do sistema das vias de comunicação e o estabelecimento de um sistema de crédito (“redes espirituais”) passam a ocupar um lugar estratégico ao lado do pensamento da engenharia de construção de vias e obras públicas (“redes materiais”). A consequência é o alcance de uma vida unitária para a sociedade-indústria que a circulação do dinheiro proporciona, tal qual a imagem do sangue em relação ao corpo humano.

Por sua vez, a presença das multidões na cidade como questão se forma na problemática da “sociedade de massa”, que, em consequência, implicará nos meios de difusão de massa. Diante da massa, vista como sinônimo de ameaça real ou potencial para a sociedade como um todo, instalam-se dispositivos de controles estatísticos de diversas ordens. O cálculo das probabilidades institui, então, um novo modo de governo dos homens: “A tecnologia do risco e a razão probabilística, já presentes na gestão dos seguros privados aplicados à mortalidade, aos riscos marítimos ou aos incêndios, transferem-se no campo político e tornam-se ferramenta de gestão dos indivíduos tomados em massa” (*Ibid.*: 21). Em função do projeto de cálculo e normatização das classes, funda-se uma ciência preocupada com o estabelecimento de “perfis” – tipologia das audiências para a gestão das mídias. A partir da década de 1930, a razão probabilística irá exprimir-se na racionalização da comunicação de massa.

Contrapondo-se à aparição da gestão da mídia na “era das massas”, massas como sinônimo de multidão, onde se encontram condutores e conduzidos, hipnotizadores e hipnotizados, forma-se uma “era dos públicos”. Às “formas de sugestão” – representadas pelos órgãos de imprensa – que transformam os indivíduos tomados na massa em sujeitos dotados de autonomia, vinculam-se as noções de imitação, contra-imitação e invenção como motores das relações sociais, que passam assim a considerar que os sujeitos conscientes presentes nestes fenômenos pensam. Um social procedente das trocas, das relações e ações recíprocas entre indivíduos, um movimento intersubjetivo.

Teorias da Comunicação

São ideias de uma sociologia e sua análise das relações sociais como interações comunicativas, que indicam a proposta de estudar os fenômenos e os processos comunicativos provocados pela concentração urbana e industrial – a cidade como “laboratório social”, como lugar da “mobilidade” – e os novos meios de organização, que são os dispositivos físicos de informação e comunicação.

A noção conceitual que confere à informação o estatuto de símbolo calculável, formulada com base nas máquinas de comunicar resultantes da guerra, foi proposta pela “teoria matemática da comunicação” (1948), apoiada na dinâmica de transferência e transposição de modelos de cientificidade próprios às ciências exatas. Mas, diante de uma abordagem que define a técnica apenas em termos de instrumento, amplia-se esta compreensão ao pensar a globalidade das interações e aplicá-la às problemáticas da comunicação de massa.

Ainda em 1948, apresenta-se a referência cibernética, que entrevê a organização da sociedade futura com base na informação, porém, já apontando a existência da condição de circulação e troca. Essa metodologia atrai os pesquisadores da “Escola de Palo Alto” (EUA), que passam a defender um modelo circular retroativo. Sustentam a necessidade de a comunicação ser estudada pelas ciências humanas a partir de um modelo próprio, com vistas a se afastar do modelo linear formulado pela teoria matemática. Em horizonte semelhante, tem o projeto teórico de uma “ecologia da comunicação” (1975), como ciência da interação entre espécies diferentes no interior de um dado campo. A ideia aqui é, portanto, da comunicação como processo social permanente, de processos de comunicação como interações.

Frente à concepção da comunicação como mecanismo decisivo de regulação da sociedade, representada principalmente pelas mídias, formam-se escolas de pensamento crítico que irão se interrogar sobre as consequências do desenvolvimento desses novos meios de produção e transmissão cultural, motivadas pela recusa a tomar como evidente a ideia de que a democracia sai necessariamente fortalecida dessas inovações técnicas.

Na abordagem crítica da questão da cultura, Adorno junto com Horkheimer formula o conceito de “indústria cultural” (1944). Filósofos alinhados à tradição escolar de Frankfurt, essa análise identifica na produção industrial dos bens culturais o movimento global de produção da cultura como mercadoria, ou seja, a transformação do ato cultural em valor (de troca). Assim, demonstraram que por intermédio de um modo industrial de

produção, obtém-se uma cultura de massa feita de objetos fabricados em série, que trazem a marca da indústria cultural: serialização-padronização-divisão do trabalho (*Ibid.*: 78).

A seguir, um grupo de estudiosos de Birmingham, na Inglaterra inaugura os estudos culturais (*cultural studies*), preocupado em criticar a dissociação entre cultura e sociedade. Propuseram-se estudar as formas, práticas e instituições culturais e suas relações com a sociedade e a transformação social. Sobre a mídia, esses estudos se detêm nas formas históricas assumidas em cada realidade pelas instituições midiáticas.

De outro modo, surgem os questionamentos formulados por uma “economia política da comunicação” (1960), sobre os desequilíbrios dos fluxos de informação e produtos culturais entre os países situados de um lado e de outro da linha demarcatória do “desenvolvimento”, propondo análises de aspectos mais específicos das ações culturais confrontadas com a lógica comercial do mercado em vias de internacionalização. Aqui a atenção é dada à complexidade das diversas “indústrias culturais”, com vistas a compreender o processo de valorização crescente das atividades culturais pelo capital, a dependência cultural imposta por esta integração mundial e a troca desigual e a definição do “sistema-mundo”/“economia-mundo”. O mapa dessas “redes comerciais”, cujas redes de comunicação constituem parte essencial, manifesta a configuração centrípeta do mundo, com suas hierarquias (zonas intermediárias em torno desse pivô central) e a coexistência de modos de produção diferentes. Assim, a nova visão do espaço mundial leva a uma renovação do estudo das relações internacionais em matéria de cultura e comunicação.

Em uma extensão da abordagem da economia política da comunicação, a questão das indústrias culturais continua ocupar lugar central, mas cujo enfoque reconhece na indústria cultural a existência de um conjunto composto, constituído por diversos elementos que se diferenciam fortemente uns dos outros, por setores que apresentam suas próprias leis de padronização. Ou seja, propõe que se traduzam as modalidades e caracterizações próprias à segmentação das formas de rentabilização da indústria cultural pelo capital.

É dessa proposta que provém o tratamento de assuntos sobre a formação dos usos sociais das máquinas de comunicar, a transformação das inovações tecnológicas em mercadorias, renovando, por sua vez, as bases de uma história da técnica. Além disso, insiste-se na articulação entre o nível nacional e o nível multinacional. Ao final dos anos 1960, o conceito de sociedade de massa, associado ao de cultura de massa perde exclusividade para tratar das controvérsias sobre a natureza da modernidade da mídia.

Surgem então novas denominações para caracterizar a sociedade trabalhada pelas tecnologias da informação e da comunicação. Assim, o viés da comunicação eletrônica introduz o “global”, “sociedade global”, “cidade global” na representação do mundo.

A partir de então, progressivos deslocamentos se operaram: de uma significação centrada na mídia, a comunicação pouco a pouco assumiu uma definição totalizante, mesclando em seu interior a questão de tecnologias múltiplas destinadas a estruturar uma “nova sociedade”. Reflexões sobre o clima filosófico, cultural e institucional somaram-se às orientações estritamente econômicas, demonstrando como a inovação técnica em matéria de comunicação foi em grande parte condicionada pelo contexto histórico cristalizado em sistema de representação do poder, em atitudes mentais e em práticas administrativas. É fato agora de que a técnica passara do estatuto de meio ao de criadora de um meio artificial, tornando-se um “sistema”, graças à conexão inter-técnica possibilitada pela informática.

Essa atenção voltada aos procedimentos desenvolvidos pelas práticas faz com que metodologias consagradas à análise das relações intersubjetivas na experiência da vida cotidiana se afirmem. Tal interesse dá lugar à “conversa” como componente importante da ação, como lugar privilegiado das trocas simbólicas e de operação de interação social, propondo também o rompimento com a metáfora da anatomia de um organismo ou de um esqueleto de um prédio, utilizada para apreender o significado de estrutura⁴.

O campo das abordagens do movimento intersubjetivo, na busca para compreender como os locutores constroem as operações dessa forma de interação social, provoca a chamada reviravolta linguística. Estes estudos, partindo da afirmação de que a linguística estrutural cometeria negligência para a condição vivida pelos atores do discurso, desenvolvem uma linguística comunicativa ou “pragmático-enunciativa”, reabilitando as relações entre eles.

Daí afirmarem que a linguagem não é somente descritiva, mas também “performativa”, isto é, voltada para a realização de alguma coisa: “quando dizer é fazer”. Esse movimento também retoma a noção de “jogos de linguagem”, para quem a linguagem não é mais descrita em suas estruturas formais, mas no uso prático que dela se faz na vida cotidiana. O usuário/sujeito é um determinante-chave da linguagem. O jogo de linguagem é essa linguagem-em-uso da interação social, que se inscreve numa “atividade ou forma de

⁴ Lembra-se aqui que a alternativa aberta por essa ruptura inspirou Anthony Giddens elaborar sua “teoria da estruturação” (1984). Incorporando tais metodologias de ação, seu trabalho pensa a imbricação entre práticas e estruturas, ação e instituição, as relações concretas entre estruturas micro e macro. Mas para além do dualismo estrutura/prática, é preferível falar de dupla dimensão do estrutural, conforme sugere o sociólogo britânico.

vida”. É o trabalho de compreender as regras do saber comum, o saber que “conhece a regra”, ou seja, o saber prático que o usuário possui para realizar as rotinas da vida social. Trata-se de um desafio metodológico idêntico ao desenvolvido pela noção de “competência comunicativa”, que permite que diversas “enunciações performativas” sejam executadas em determinadas situações de comunicação.

Portanto, são metodologias que, partindo de concepções monolíticas do espectador, da audiência ou dos próprios meios, dão ênfase à diferença e às variações, e acentuam os mecanismos de socialização das máquinas de comunicar. O interesse é pela sociopolítica dos usos das novas tecnologias de informação e comunicação, para enfatizar a importância da mediação e da interação na construção coletiva do objeto técnico e mostrar que a formação do uso social dessas técnicas repousa em complexos processos de combinação entre a inovação técnica e a inovação social.

O que isso tudo vem ratificar é o retorno da teoria ao vínculo social construído na comunicação, que se efetua num momento em que os sistemas tecnológicos complexos de comunicação e informação exercem um papel estruturante na organização da sociedade e da nova ordem mundial. A sociedade é definida em termos de comunicação, que é definida em termos de redes. Assim, uma antropologia das ciências e das técnicas cuida da problemática da rede, propondo o modelo da “tradução” ou da construção sociotécnica. Para a recusa ao método que concebe um “social puro”, limitado às relações entre humanos, postula-se a interpenetração das relações dos homens com a natureza e os objetos técnicos; o vínculo social atravessa o interior das máquinas, na correta expressão de Mattellart.

E falando do reconhecimento de um planeta híbrido, a tensão entre os níveis micro e macro que as sociologias interpretativas se encarregam de trabalhar faz-se igualmente presente na economia política crítica da comunicação, quando esta interroga sobre a complexidade do vínculo social que na era das redes transfronteiriças une os territórios particulares aos demais espaços do mundo. A ampliação da noção de globalização, formulada pelos doutrinadores da organização de economia mundial, confundiu o campo conceitual da comunicação com a mundialização da cultura. Logo, a globalização e “padronização universal” são termos que aqui se consagram justos com o processo de desregulamentação e privatização das redes de comunicação, reguladas desde então pelo mercado: “a desregulamentação significa o deslocamento do centro de gravidade da sociedade, pondo-o em direção ao mercado, que passa a ser o principal fator de regulação” (*Ibid.*: 167). A predominância desses fatores muda a natureza e o estatuto da atividade

comunicativa, fazendo com que o modelo empresarial de comunicação fosse promovido à tecnologia de administração das relações sociais e se impusesse como único modo eficaz para estabelecer o vínculo com os diversos componentes da sociedade. Assim, “essa matriz empresarial experimentada no mercado tornou-se a única referência para as estratégias de comunicação das instituições estatais, das associações humanitárias, das coletividades locais e territoriais” (*Ibid.*).

Isso obriga que a partir dos anos 1980 o vocabulário da globalização seja difundido e as formas de atividades das redes de fluxos financeiros sejam mais amplamente estendidas às redes de fluxos econômicos e culturais, por intermédio do pensamento empresarial da administração e da mercadologia. Assim, a homogeneização das necessidades implica cada vez mais a dos mercados, produtos e abordagens do consumidor; a concentração das firmas e constituição de mega grupos multimídias e publicitários apenas confirma a hipótese de padronização universal, da qual as novas unidades econômicas se constituem os agentes.

Nesse âmbito, a firma global opera como se o mundo todo fosse uma só entidade a pensar em termos globais seus produtos, serviços, distribuição e comunicação. Ao pretender pôr fim às hierarquias rígidas do modelo de organização fordista e taylorista, a firma global adota um modelo de administração comunicativo, em rede, comandado pela necessidade de livre circulação dos fluxos.

Por outro lado, a denominada firma global passa a ser também um modo de se relacionar com o mercado mundial, com a globalização tornando-se uma grade de leitura cibernética do mundo e da nova ordem mundial em gestação; a segmentação de mercados passou a ser tão importante quanto a de padronização. Logo, a globalização significaria ainda a obsolescência do enfoque de espaços bem sedimentados, cujo novo esquema de representação da empresa e do mundo opera como rede de produção e distribuição, um modelo de interação que abriga os interesses entre os níveis local, nacional e internacional, antes representados como andares isolados uns dos outros. Assim, toda a estratégia sobre o mercado mundializado deve ser simultaneamente local e global. Percebe-se, então, que este projeto de integração da firma global é indissociável da criação de uma “cultura empresarial”, partilha de valores, crenças, rituais e objetivos da aliança entre o local e o global.

Ao fazer notar que a mídia (“meios” e “hipermeios”) tem como consequência uma nova qualificação da vida, em que Muniz Sodré(*op. cit.*, p. 11) considera que as tecnologias da comunicação instituem-se como uma nova ordem universal “que fetichiza a realidade e

reduz a complexidade das antigas diferenças ao *unum* do mercado”, o termo informação é o que recobre uma variedade de formas (filmes, notícias, sons, imagens, dígitos, etc.), constituída por “fontes de dados” e caracterizáveis no ramo econômico como produtos. “Sobre este último tipo de informação incide principalmente a mutação, que favorece o intercâmbio ampliado e acelerado entre nações (...), indiferente a tudo que não seja a velocidade de seu processo distributivo de capitais e mensagens”. (*Ibid.*, p. 12). Ao termo “global” deve-se tomar por característico, portanto, a medida da velocidade de deslocamentos de capitais e informações, possibilitados pelas teletecnologias contemporâneas.

A novidade da mutação tecnológica é o fenômeno de produção e armazenamento de grandes volumes de dados e sua acelerada distribuição e transmissão, revelando uma das grandes características da Modernidade, a mobilidade ou a circulação das coisas no mundo. A aceleração deste processo de intensa circulação dos produtos informacionais (culturais) tem sido denominada de “comunicação”.

Um novo tipo de qualificação da vida social, instituidora de uma outra dimensão da realidade, produz novas formas de perceber, pensar e registrar/representar o real.

“Impulsionadas pela microeletrônica e pela computação ou informática, as neotecnologias da informação introduzem os elementos do *tempo real* (comunicação instantânea, simultânea e global) e do *espaço virtual* (criação por computador de ambientes artificiais e interativos), tornando “compossíveis” outros mundos”. (SODRÉ, 2010, p. 16).

Este regime, porém, deixa intacto o conceito de *médium*, como a canalização e ambiência estruturadas com códigos próprios. Enfim, consiste em dispositivo cultural em cuja história o processo da comunicação é técnica e industrialmente redefinido pela informação.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. Verso e Reverso, XXV(58): 62-77, janeiro-abril 2011.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. *In*: Teorias da Comunicação – conceitos, escolas e tendências. Luiz C. Martino, Antônio Hohlfeldt e Vera V. França. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MARTINO, Luiz C. Teorias da Comunicação: Muitas ou Poucas? Cotia, SP : Ateliê, 2007.

MATTELART, A. e M. História das teorias da comunicação. São Paulo : Loyola, 1999.

SODRÉ, Muniz. Reinventado a cultura: a comunicação e seus produtos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____. Comunicação, um novo sistema de pensamento? *In*: Campo da comunicação. Antônio F. Neto, José L. A. Prado, Sérgio D. Porto (orgs.). João Pessoa : Editora Universitária/UFPB, 2001.

_____. Eticidade, campo comunicacional e mídiatização. *In*: Sociedade mídiatizada. Denis de Moraes (org.). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

_____. Antropológica do espelho : uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ : Vozes, 2010.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa : Presença, 1995.