Estatuto da comunicação na sociedade contemporânea[1]

Kelly Prudencio[2]
Universidade Estadual de Ponta Grossa

RESUMO

O processo de constituição da esfera pública moderna tem na mídia um de seus elementos fundamentais. Assunto desnvolvido por Habermas (1984) e avaliado criticamente por outros (Keane, 1991), em trabalhos mais recentes (Melucci,1996), a mídia tem sido considerada como recurso estratégico para atores coletivos, no sentido de que se torna dimensão fundamental na luta pela definição do que é político, portanto, do que merece estar na agenda pública/política. É nesse sentido que a mídia redesenha os contornos de uma esfera pública. A ela está atribuído o papel da inscrição dos temas na agenda pública, mediando assim os discursos dos atores sociais. Essa discussão teórica pode auxiliar na compreensão de processos como a comunicação na internet, desde que afastados os mitos quanto ao seu alcance e distinguidos conceitos de informação/expressão e comunicação/diálogo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação, esfera pública, internet, ação coletiva, sociedade da informação.

Afirma o senso comum que a mídia se constitui um bloco monolítico de interesses convergentes, que se desenvolve num espaço não ambivalente. Curiosamente, a reprodução do seu discurso ora se critica ora se assume irrefletidamente, dependendo do interesse que organiza a interpretação de determinado assunto ou problemática. Perpassa essas afirmações um entendimento de mídia como fonte única de informação, contra a qual seus consumidores não teriam qualquer proteção. Trata-se de uma visão instrumental, segundo a qual seus operadores impõem, consensualmente, orientações à ação.

Nesse sentido, é necessário compreender a lógica de funcionamento da mídia para situá-la como ator influente numa sociedade em que sua leitura da realidade traduz o grande fluxo de informação produzido pelos sistemas de conhecimento. E que os outros atores sociais trabalham com essa leitura para construir as suas próprias, o que sugere que essa discussão refere-se a questões muito mais complexas, as quais

[1] Trabalho apresentado no GT – Teorias da Comunicação, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.
[2] Doutora em Sociologia Política pela UFSC. Professora do Departamento de Comunicação da UEPG. email: kellyprudencio@uepg.br.

extrapolam o velho e superado postulado da onipotência da mídia ou da difusão das tecnologias (e ideologias) da informação em escala global. O estatuto da comunicação na cultura ocidental é uma questão mais antiga à emergência das novas tecnologias. Por isso, é importante incluir a discussão sobre a constituição da esfera pública moderna, na qual a participação dos meios de comunicação é imprescindível.

Wolton (2003) defende a idéia de uma teoria da comunicação que reconheça a importância da problemática nas discussões sobre a sociedade contemporânea. O autor afirma que é necessário separar questões fundamentais de falsos problemas (Internet isoladamente faria surgir uma nova sociedade, por exemplo) e não reduzir a comunicação a um acontecimento técnico. Os desafios teóricos são restabelecer a ligação entre a teoria da comunicação e a teoria da sociedade (incluindo o estatuto do receptor e sua capacidade de não ser manipulado) e reconhecer a comunicação como grande questão teórica da democracia.

Mídia e a constituição da esfera pública moderna

A emergência da problemática comunicacional coincide com a instauração da modernidade e com o processo de constituição da esfera pública moderna. É, portanto, mais antiga do que postulam as recentes teorias sobre a mídia e não está relacionada apenas ao desenvolvimento do capitalismo, do qual os meios de comunicação seriam seu sustentáculo ideológico. Recuperar essa discussão é essencial para compreender o lugar da mídia na sociedade contemporânea.

Mais do que o conjunto dos meios de comunicação, a mídia é um processo de mediação da experiência, instituído e instituinte do espaço público. A partir do século XIX, a extensão, promovida pelos meios, da disponibilidade de informação para além dos contextos partilhados nas interações face a face livrou o ato de tornar algo público do princípio de intercâmbio dialógico.

Esse processo contribuiu para a reformulação dos sentidos da dicotomia público/privado. Para Habermas (1984), a constituição do Estado moderno se dá por esta distinção, que representa o fim da representatividade pública medieval. E a imprensa torna-se veículo da opinião pública, entendida como a mediação entre os dois pólos. Segundo ele, a opinião pública é a esfera pública atuante[3].

[3] Mas na medida em que a mídia se desenvolve, o debate racional é substituído, segundo o autor, pelo consumo passivo de informação. Habermas (1984, p. 204) atribui, portanto, um papel

Se entre os séculos XVI e XIX, o conceito de "público" referia-se à atividade ou autoridade do Estado e "privado", às esferas das relações pessoais (desdobrando-se na clássica distinção Estado/sociedade civil), depois desse período essas fronteiras foram se tornando cada vez mais tênues. "Público" passou a significar o que é visível e observável, enquanto "privado" é o que se esconde da vista dos outros. Trata-se da oposição publicidade/privacidade ou visibilidade/invisibilidade (Thompson, 1998).

Keane (1991) localiza essas transformações no mesmo momento de efervescência do ideal de liberdade de imprensa na luta contra o despotismo na Europa, entre os séculos XVII e XIX, segundo o qual a liberdade de imprensa abriria caminho para o desenvolvimento de uma opinião pública. Recorrendo a Tönnies[4], Keane (1991, p. 21) coloca a opinião pública como um dos três princípios das sociedades modernas, juntamente com os mercados e os estados. Expressa através de uma imprensa livre e independente, a opinião pública afeta a opacidade de imaginações, crenças e da autoridade. Nas sociedades modernas, ela não representa mais uma vontade "essencial" (*Wesenwill*), mas estimula o crescimento de uma vontade "arbitrária" ou "convencional" (*Kurwill*).

Assim, o desenvolvimento de uma imprensa livre é, segundo Keane, um ingrediente crítico da política e revela o princípio da tolerância para com diferentes opiniões. Mas o princípio da liberdade de imprensa nunca foi realizado na prática, porque sempre houve opiniões privilegiadas e outras sub-representadas ou simplesmente excluídas, além da circulação limitada dos periódicos. Neste ponto, Keane critica Habermas, pelo fato deste, em *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, atribuir à "esfera pública burguesa" homogeneidade e coerência internas.

Outra discordância com Habermas refere-se ao fato deste considerar o desenvolvimento dos meios de comunicação como responsáveis pelo declínio da esfera pública e pela sua "refeudalização", impedindo-o de ver as formas pelas quais as lutas do século XX tiram vantagem do desenvolvimento das novas mídias (Keane, 1991, p. 36). Paradoxalmente, a análise habermasiana oscila, segundo Keane, entre a nostalgia pela "esfera pública burguesa" e um profundo pessimismo sobre a possibilidade de

fundamental à mídia na mudança na estrutura da esfera pública, que assume funções de propaganda e perde seu fundamento original, que era a mediação entre Estado e sociedade.

[4] Tönnies, Ferdinand. **Kritik der öffentlichen Meinung**. Berlin, 1922.

desenvolver novas formas de vida pública na sociedade civil e no Estado[5].

O principal problema nas teorias sobre a liberdade de imprensa, identificado por Keane, reside no fato de que elas não dão a devida importância ao fenômeno da autocensura, porque assumem que o poder político é a principal ameaça externa e que os indivíduos são todos capazes de expressar suas próprias opiniões em público. Ignoram, portanto, que a informação é estruturada simbolicamente, a partir de estoques de conhecimento, rotinas institucionais e esquemas técnicos e que os indivíduos são intérpretes situados e não sujeitos que conhecem tudo. "They (individuals) are always and everywhere embedded in and constructed by communicative practices, such as the structures of media, which set agendas, constrain the contours of possible meanings, and thereby shape what individuals think about, discuss and do from day to day" (Keane, 1991, p. 38).

Por isso as concepções de liberdade de imprensa precisam, segundo o autor, ser abandonadas em favor de uma noção mais complexa e diferenciada de liberdade de comunicação, considerando que a liberdade de expressão de alguns cidadãos entra em conflito com a liberdade de expressão de outros, e que a mídia não é mero canal de transmissão de opiniões, mas um meio de representar opiniões (Keane, 1991, p. 44).[6]

Assim posta, a categoria da opinião pública se institucionaliza como campo autônomo de legitimidade, com uma razão separada do Estado. A imprensa, originariamente desenvolvida como veículo de opinião, torna-se produtora de opinião, através da substituição do trabalho de elaboração coletiva pela profissionalização desse tipo específico de mediação.

Campo midiático e a mediação dos discursos públicos

Essa autonomização da categoria da opinião pública, por sua vez, só pode ser entendida se situada no processo de fragmentação da experiência, característico da

[5] A mídia comercial frustra a participação do público na construção de uma opinião pública. Se antes, o jornalismo (crítico) era condutor de opinião pública, depois o jornalismo (manipulativo) torna-se "um pórtico de entrada de interesses privilegiados na esfera pública" (Habermas, 1984, p. 218). O grande problema, para ele, é que antes a imprensa intermediava raciocínio de pessoas privadas reunidas num público, e agora o público é cunhado pela mídia. A refeudalização refere-se à volta de uma esfera pública representativa. De fato, essa visão impede de considerar o surgimento de uma *outra* estrutura para a(s) esfera(s) pública(s), na medida em que só considera válido os processos anteriores ao desenvolvimento da mídia.

modernidade (Rodrigues, 1990). A partir da ruptura com a ordem religiosa totalizante, vão se constituindo diferentes esferas de legitimidade - religião, família, política, economia, ciência - e, conseqüentemente, a autonomização destas em campos sociais. E a mediação desses diferentes campos vai ser a função assumida pela comunicação midiática.

O campo impõe uma autoridade específica, identificada por atos de linguagem, discursos e práticas conformes, dentro de um domínio específico de competência. Dessa forma, os campos sociais congregam instituições e grupos incrustados em dimensões parceladas da sociabilidade humana, organizando e dando visibilidade a esses campos (Rubim, 1995).

A noção de campo midiático desenvolvida por Rodrigues (1990), e apropriada por Rubim (1995) deve muito a Bourdieu, embora aquele não faça nenhuma referência a este. Enquanto os primeiros falam de "campo midiático", Bourdieu direciona sua discussão para os campos da produção cultural, entre eles o "campo jornalístico"[7]. Ortiz (1983) sintetiza a definição de campo em Bourdieu como espaço que transcende as relações entre os agentes e lugar da luta concorrencial em torno de interesses específicos. Assim, essa noção de campo tensiona a ação subjetiva dos agentes e a objetividade da sociedade. Os ganhos nessa luta são contabilizados em termos de capital social.

O campo não é o resultado de ações individuais, mas seus membros disputam individualmente posições no interior do campo, estruturado por dois pólos, o dos dominantes e o dos dominados. Os primeiros são aqueles que adquiriram maior capital cultural, e cuja prática se aproxima de uma "ortodoxia" (conservação do capital acumulado), enquanto os segundos lutam para chegar à posição dos primeiros, desacreditando-os por uma prática "heterodoxa". A estratégia dos agentes – conservação ou subversão das posições –, portanto, se orienta em função da posição que detêm no interior do campo (Ortiz, 1983).

A contestação, no entanto, não coloca em causa princípios que estruturam o campo, uma vez que se dá mediante processos rituais, os quais contribuem para a manutenção, se não dos agentes nas posições, da estrutura que as define, e do

---

[6] No original *re-present,* que pode ser traduzido também como "reapresentar".

[7] Essa discussão baseia-se no livro *Sobre a televisão* (1997), mas foi desenvolvida por Bourdieu ao longo da sua trajetória teórica. Está presente, por exemplo em "O poder simbólico" (1989).

reconhecimento pelos pares do ganho de capital.

Para Bourdieu, cada campo é autônomo. Assim o campo científico não interfere nos processos rituais do campo cultural e assim por diante. Essa autonomia vai ser ameaçada, segundo ele, pela crescente intervenção do campo jornalístico, que instaura um novo princípio de legitimidade, como "substituto aparentemente democrático das sanções específicas dos campos especializados" (Bourdieu, 1997, p. 110).

Cada campo coexiste com uma multiplicidade de outros numa relação de forças (disputa simbólica), criando, no interior de cada um, reflexos ou dimensões de outros. As maneiras de dizer são transpostas de campo para campo com efeitos específicos de eficácia funcional, de visibilidade. Um campo é mais forte quanto mais impor aos outros sua axiologia e quanto maior for o número de campos em que conseguir projetá-la. Dessa forma, o campo político conforma dimensões do campo econômico ou religioso, assim como o campo científico incorpora regras do político. Mas todos eles delegam ao campo midiático parte das suas funções expressivas.

O campo midiático - que não se confunde com meios de comunicação (imprensa, radiodifusão, publicidade e propaganda, cinema, etc.) - caracteriza-se como a instituição de mediação que se instaura na modernidade, disseminada pelo conjunto do tecido social moderno. Sua fonte de legitimidade resulta de um processo de autonomização de uma parte das funções de mediação de outros campos e assenta na elaboração, gestão, inculcação e sanção dos valores de representação, transparência e legibilidade do mundo fragmentado da experiência (Rodrigues, 1990).

Devido a essa sua natureza vicária - delegação por parte de outros campos daquelas funções que dizem respeito à inscrição de sua ordem no espaço público -, para o campo midiático dizer é fazer (as funções expressiva e pragmática coincidem). Seu discurso se converte num fazer específico gerador de reflexos de sentido, destinado a assegurar a constituição de acontecimentos midiáticos.

No entanto, para expressar outros campos, suas regras de enquadramento e inteligibilidade se superpõem às dos outros campos, o que configura sua especificidade que é a construção de meta-acontecimentos. Para além do que transmite, a mídia produz o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo. Assim, ao dar conta dos atos enunciativos, a mídia não só lhes confere notoriedade pública como realiza novos atos de acordo com suas próprias regras (Rodrigues, 1993).

Essas características conferem ao campo midiático a centralidade nas formas

de sociabilidade contemporânea, na medida em que institui a visibilidade social dos outros campos, que já não podem existir - e negociar sentidos - sem essa mediação especializada que os insere no espaço público.

É nesta direção que Melucci (1996) ajuda a discutir o poder da comunicação midiática. Na medida em que para ele a informação é o recurso mais importante da sociedade contemporânea, quem tem o poder de definir os códigos que organizam a informação define também os sentidos da realidade social[8]. Mas esse poder não é identificado como pertencente a pessoas, mas a sistemas[9], portanto, não pode ser controlado de forma absoluta, pois se expõe à sua própria fraqueza. "(...) Where symbols enter the constitution of the field, they render it open to multiple interpretations and into something that is never under full control. What matters then is the construction of an sufficiently open arena of public spaces, where the conflicting nature of social issues can be expressed" (Melucci, 1996, p. 176).

É a partir do que ele chama de *master codes*, encontrados em diferentes áreas da sociedade, que idéias são difundidas, não pelo seu valor intrínseco, mas de acordo com a seleção operada pelas políticas e instituições científicas, por editores e mercados culturais. O sistema de mídia impõe seus padrões de cognição e comunicação para além dos conteúdos veiculados. Assim, estabelecer a agenda política não é apenas uma questão interna ao sistema político, mas um processo cada vez mais organizado por prioridades estruturadas pelos códigos cultural e científico. A escolha entre políticas já é orientada dentro desses códigos.

A questão então é identificar os *master codes*, torná-los visíveis para submetê-los a algum controle pela confrontação pública. O objetivo é combater a desigualdade que, na sociedade da informação, baseia-se na exclusão da discussão e do

---

[8] Tal processo é definido por Bourdieu (1989, p.7-9;12) como exercício de uma violência simbólica, ou seja, o uso de um "poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem". O poder simbólico é um poder de construção da realidade e os sistemas simbólicos (ou campos) detém esse poder por delegação, impondo, assim, a definição do mundo social. Violência simbólica, portanto, refere-se a essa imposição do significado por parte dos campos legitimados da produção cultural.

[9] Melucci (1996, p. 179) identifica novas formas de poder em quatro centros ou sistemas: a mídia, que opera como fabricante de *master codes* em escala mundial; a indústria do entretenimento (*popular cultural market*); os controladores das tecnologias da informação e definidores das suas linguagens; e os centros de decisão financeiros. Para o autor, o poder não está baseado apenas em

poder que molda a realidade. É nesse sentido que a mídia desenha os contornos de uma esfera pública. A ela está atribuído o papel da inscrição dos temas na agenda pública, mediando assim os discursos dos atores sociais através do seu código próprio.

Do mito da onipotência à teoria das mediações

A pesquisa em comunicação, ao contrário das outras áreas do conhecimento, foi inicialmente estimulada não por um desenvolvimento científico, mas por uma demanda de mercado. Foi o desenvolvimento tecnológico que impulsionou a investigação da presença crescente dos meios de comunicação de massa no cotidiano. Assim, as primeiras pesquisas tratavam da influência dos novos meios de comunicação, principalmente o rádio.

Os estudos sobre a influência têm origem nos Estados Unidos, inspirados pela experiência da 1ª Guerra Mundial, que impôs censura e iniciou programas de propaganda política na Europa, o que abalou o romantismo da idéia de liberdade de imprensa (Montero, 1993). Assim a primeira sistematização teórica coincide com o período das duas guerras (década de 30) e com a difusão em larga escala das comunicações de massa e representou a primeira reação que este fenômeno provocou entre pesquisadores de origem diversa. Ficou conhecida como Teoria Hipodérmica, ou *bullet theory*, e pressupunha uma sociedade de massa, na qual os indivíduos eram iguais, indiferenciáveis, isolados, anônimos e atomizados, caracterizando uma audiência indefesa e passiva diante dos meios de comunicação, estes capazes de "inocular" (*shoot*) suas mensagens nos alvos. Baseada na psicologia behaviorista, o modelo comunicativo desta teoria era o do estímulo-resposta. Os efeitos, na maior parte, não são estudados, mas dados como certos (Wolf, 1995). Isso levou os estudiosos a acreditarem num poder sem limites da propaganda pelos meios de comunicação. Surge com essa teoria a crença na onipotência da mídia, cuja capacidade de manipulação do emissor era inquestionável[10].

A fragilidade da teoria hipodérmica logo ficou evidente na medida em que

recursos econômicos como tais nem na influência exercida sobre o sistema político, mas na capacidade de organizar os códigos que servirão para a interpretação da realidade social.

[10] É bastante conhecida a história da transmissão da rádio CBS, realizada por Orson Wells, em 1938, do romance fantástico de H. G. Wells, "A guerra dos mundos", que anunciou a invasão da terra por marcianos e que provocou pânico entre os ouvintes, na época incapazes de identificar a brincadeira.

seu pressuposto axial - a atomização - não se verificava empiricamente. A partir então da década de 40, várias revisões foram sendo feitas dentro da perspectiva dos estudos dos efeitos, a chamada *Mass Communication Research*, desenvolvida principalmente na Universidade de Columbia. Harold Lasswell, um dos remanescentes da *bullet theory* propõe, em 1948, um esquema que ficaria conhecido como a fórmula de Laswell. Segundo ele, para entender o processo de comunicação, era preciso perguntar: "quem diz o que em que canal a quem com que efeitos". Cada uma dessas variáveis define e organiza um setor específico de pesquisa - emissores, conteúdo, técnica, recepção e influência (Laswell, 1948).

A partir de então, pesquisas empíricas foram desenvolvidas e, a cada resultado, a premissa do poder sem limites dos emissores foi sendo aos poucos questionada. Assim, a noção de manipulação foi cedendo lugar à persuasão, já considerando os traços específicos da personalidade individual. O objetivo ainda era conseguir influência sobre a audiência, mas tratava-se agora de fazê-lo com mais eficácia. Assim, fatores como interesse, exposição, percepção e memória seletivas, bem como a credibilidade do emissor, a integralidade das argumentações e a explicitação das conclusões passaram a contar no planejamento das mensagens, de forma a alcançar um grau máximo de persuasão.

O contexto social de interação só foi considerado um pouco mais tarde, ainda na década de 40, pela abordagem de campo ou dos efeitos limitados, que já falava em influência no lugar de persuasão. Estuda a composição diferenciada dos públicos, superando a idéia de massa, e volta-se para os processos de consumo dos *mass media*. É dessa abordagem a descoberta dos líderes de opinião, e dos efeitos de ativação, reforço e conversão que promovem.

A consolidação da pesquisa em comunicação, na década de 50, se deu pela aliança com o estrutural-funcionalismo. A questão de fundo desloca-se dos efeitos para as funções assumidas pelos meios de comunicação na sociedade. Há, com isso, um abandono da idéia de efeito intencional, e das campanhas (eleitorais, informativas) como objeto de estudo, para voltar a atenção às conseqüências da difusão cotidiana das mensagens midiáticas. Os meios assumem as funções de integração e manutenção do sistema, caracterizadas pela atribuição de prestígio às pessoas e grupos que são objeto de atenção, legitimando-os, e pelo reforço das normas sociais, denunciando seus desvios

Esse episódio impressionou também os estudiosos dos efeitos da mídia, que freqüentemente lembravam o

à opinião pública. Mas os meios podem provocar também disfunções, como o conformismo e a adulteração do gosto estético.

À pergunta "o que a mídia faz com as pessoas?" segue a pergunta "o que as pessoas fazem com a mídia?". A mudança de perspectiva baseia-se no pressuposto de que mesmo a mensagem mais potente não pode influenciar um indivíduo que não faça uso dela. Esse questionamento surge então na década de 70, cujos autores formulam a hipótese dos "usos e gratificações", para entender o efeito como conseqüência das satisfações às necessidades experimentadas pelo receptor. Dessa forma, o receptor age sobre a informação e a utiliza.

A perspectiva dos estudos dos efeitos permanece, mas já não se baseia na crença de um efeito direto, mas na evidência de efeitos indiretos, relacionados a outras variáveis como a densidade de relações interpessoais como as mais determinantes para o consumo das mensagens dos meios de comunicação.

Na mesma época, na Europa, desenvolvia-se um conjunto de estudos que procurou questionar a abordagem funcionalista, principalmente na França e na Itália. Através de autores como Roland Barthes e Umberto Eco, o estruturalismo volta a atenção aos processos midiáticos, situando-os no âmbito da Semiologia (Rüdiger, 2000). O foco passa a ser o significado das mensagens, que não se encontra no conteúdo manifesto, exigindo uma análise estrutural do texto. Na medida em que as análises voltam-se para a idéia de discurso, elas assimilam os pressupostos do pós-estruturalismo de Michel Foucault, encarando os textos como "leituras" da realidade, que por sua vez evidenciam as inclinações ideológicas dos aparatos de poder, muito influenciados também pelo pensamento de Louis Althusser. Essa orientação teve influência decisiva nos estudos em comunicação no Brasil e demais países da América Latina[11].

Na Inglaterra, um importante movimento interdisciplinar surgido na década de 60 situou a comunicação dentro da perspectiva dos Estudos Culturais. Com uma

---

acontecido para justificar a crença no poder dos meios (Ver Mattelart, 1999, p. 38).

[11] Os estudos em comunicação na América Latina foram fortemente influenciados também pela perspectiva da Escola de Frankfurt e de sua Teoria Crítica, principalmente pela apropriação do conceito de indústria cultural. A entrada dos trabalhos de Adorno e Horkheimer, bem como de Marcuse e Benjamin, produzidos entre as décadas de 1930 e 1940, se deu tardiamente, nas décadas de 1960 e 1970, numa fase que Gomes (1997) denomina "pesquisa-denúncia". Essas pesquisas, no entanto, restringiam-se à mera constatação de uma dominação da indústria sobre a produção cultural, sem, contudo, apresentar resultados de pesquisa. De acordo com Honneth (1999), trata-se de uma corrente filosófica e não sociológica.

abordagem crítica da cultura, informada por diversas correntes teóricas, apostou na combinação da pesquisa etnográfica e análise de textos para verificar os processos de decodificação, o que inspirou estudos de recepção, especialmente no tocante às questões relativas aos movimentos operário e feminista e da cultura popular em geral.

Essa perspectiva serviu de base para a produção de uma teoria latino-americana da comunicação. Representada principalmente pelos trabalhos de Nestor Garcia Canclini e Jesús Martin-Barbero, redefine conceitos como popular e massivo, bem como retira da noção de consumo sua carga pejorativa, procurando entender as formas pelas quais os usuários das mensagens midiáticas as apropriam de acordo com suas referências culturais. No lugar da análise dos meios, propõe a análise das mediações, para as articulações entre as práticas de comunicação e movimentos sociais e para a pluralidade de matrizes culturais[12].

Simultaneamente, houve nos Estados Unidos uma retomada dos estudos dos emissores e sobre os efeitos em longo prazo, muito influenciados pela sociologia do conhecimento e pela ênfase na importância dos processos simbólicos como pressupostos da sociabilidade. As pesquisas procuravam aliar os estudos sobre influência e sobre a construção da realidade. Então, dos efeitos limitados passou-se a observar efeitos cognitivos e cumulativos da presença dos meios de comunicação na vida cotidiana. Essa perspectiva ficou conhecida principalmente pela hipótese do *agenda setting*, desenvolvida desde a década de 70, segundo a qual, a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pela mídia (Wolf, 1995). Ela procura explicar porque determinados assuntos são tematizados pela mídia em detrimento de outros, supondo uma coincidência entre a agenda dos meios e a agenda pública. Alguns fatos tornam-se notícia devido a um conjunto de elementos que os compõem, denominados critérios de noticiabilidade (que serão detalhados no tópico seguinte). É essa perspectiva analítica que auxilia a compreensão de como os atores sociais contemporâneos conseguem incluir suas mensagens na esfera pública através da mediação midiática.

Essa hipótese se desenvolve paralela e complementarmente aos estudos sobre comunicação e construção social da realidade, inspirados nos trabalhos de Berger e Luckmann (1966; 2002), que retomam os pressupostos da Escola de Chicago, do interacionismo simbólico, da fenomenologia social de Alfred Schütz e demais correntes

[12] Ver principalmente Martín-Barbero (2003) e Canclini (1999).

da sociologia interpretativa. O trabalho mais conhecido é o de Gaye Tuchman (1983).

Essa rápida passagem pelas teorias da comunicação omite importantes contribuições de outras correntes, mas é suficiente para situar a problemática da comunicação como de fundamental importância para a compreensão da sociedade contemporânea. O objetivo principal dessa discussão é mostrar que existem programas de reflexão sistemática voltados para a temática, que se orientam por diversos marcos teórico-metodológicos. Isso ajuda a evitar cair em alguns equívocos, provocados por uma crença na onipotência da mídia (superada até pelos seus formuladores) e obriga a olhar com mais critério o fenômeno da comunicação social.

Sobre a comunicação na Internet

Como mostra Wolton (2003), o discurso da modernização passa hoje pela informatização, a ponto de se medir o grau de desenvolvimento de um país pelo seu número de internautas. O sucesso das "novas" tecnologias se deve, segundo o autor, ao fato delas representarem uma "nova chance" para os que perderam as "antigas". Na dimensão psicológica, as novas tecnologias vêm ao encontro do profundo movimento de individualização da sociedade. Seu fator de sedução está na autonomia, domínio e velocidade, o que confere poder.

Aparentemente também, a oferta de informação na internet poderia representar a realização do antigo ideal moderno da liberdade de imprensa, em que todos teriam acesso à informação e poderiam se habilitar para o debate público racional, em favor da constituição de uma opinião pública, agora com dimensões transnacionais. Há nessa crença uma confusão, como frisa Wolton (2001) entre a globalização da informação e a formação de uma opinião pública mundial.

Mas o limite da performance técnica se evidencia no fato de que o acesso à informação não substitui a competência prévia para saber qual informação procurar e que uso fazer dela. (Wolton, 2003, p. 87). A oferta supera e precede a demanda. Informações como notícias, serviços, conhecimento, lazer, possuem estatutos diferentes e não basta que sejam acessíveis pelos mesmos terminais para criar uma unidade teórica. Mas para além das desses tipos de informação, surge mais um não contemplado pelo autor: os serviços de informação dos ativistas políticos, cada vez mais especializados (em contra-informação) e que combinam diferentes linguagens, desde o discurso político ao midiático.

Essa perspectiva difere de muita coisa que já se falou sobre Internet, por

exemplo. Algumas análises supervalorizam o ambiente da Internet para a democratização da comunicação. Moraes (2002) entende que a possibilidade de transmitir as reivindicações se dá sem "*os filtros ideológicos e as políticas editoriais da chamada grande mídia*" e também permite "*driblar o monopólio de divulgação, permitindo que forças contra-hegemônicas se expressem... "No ciberespaço, as contradições não precisam ser silenciadas, porque é da essência mesma do virtual a veiculação simultânea e indefinida de conteúdos, pouco importando as suas procedências, os seus alinhamentos ideológicos, as suas armas de confrontação e fascínio"*. Na mesma direção, Lévy (1996, p. 203) afirma que "o ciberespaço é justamente uma *alternativa* para as mídias de massa clássicas. [...] encoraja uma troca recíproca e comunitária enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros" (grifo meu).

Considerar que os filtros ideológicos, as formas de poder e de silenciamento das contradições não acontecem no ciberespaço é conceber que os atores sociais, pelo fato de se relacionarem com um ambiente tecnológico, despem-se de suas posições e não entram no ciberespaço também para competir definições - igualmente ideológicas - de realidade. Mais uma vez, trata-se de um outro ponto de vista, não de uma outra comunicação, uma vez que também censura, destaca e oculta fatos que não são de interesse dos sujeitos envolvidos na enunciação, mesmo considerando que o espaço de veiculação de mensagens na Internet seja menos restritivo que o da mídia convencional.

Posturas mais cautelosas apontam para o perigo do determinismo e, ao mesmo tempo em que reconhecem que as tecnologias da informação e comunicação facilitem o armazenamento e circulação, agilizem as buscas, afirmam que elas não determinam o procedimento de interação comunicativa nem garantem a reflexão crítico-racional (Maia, 2002). Portanto, se haverá ou não o debate, é algo que não pode ser decidido *a priori*, pois ele é mais que uma pluralidade de vozes. De qualquer forma, a internet abre a possibilidade para uma interatividade não observada nos outros veículos de comunicação.

A busca do indivíduo pela informação na Internet está relacionada a um conhecimento prévio que este possui e que organiza sua leitura. Sem isso, a informação simplesmente não tem valor. Dessa forma, se é possível entender a Internet como um espaço em que todos podem falar, não é verdade que todos são ouvidos. Como frisa Maia (2002), as informações disponíveis na mídia devem ser consideradas, entre outras formas de conhecimento, como recursos preliminares a serem processados.

Rodrigues (1993) propõe pensar as TICs como dispositivos de linguagem, em vez de suportes ou instrumentos. Elas exploram as estruturas lógicas da linguagem e, dessa maneira, fazem acompanhá-las novas modalidades discursivas destinadas a legitimá-las. Não se limitam, entretanto, a uma interferência nas diferentes dimensões lingüísticas e discursivas, mas são especifica e diretamente tecnologias da linguagem. Estabelecem novas fronteiras sociais, para além das geográficas, agora informativas.

A internet, com todos os recursos que disponibiliza, não tem ainda seus modos de linguagem totalmente conhecidos ou assimilados. O que se apresenta são experiências de relacionamento com esse dispositivo (se aceitamos a proposta de Rodrigues) que merecem atenção. Porque, se Castells (1999) está certo, ela muda o caráter da comunicação, que por sua vez molda a cultura. "Nós não vemos a realidade como ela é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossas mídias. Nossas mídias são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura" (Postman, 1985, p. 15, citado por Castells, 1999, p. 354)[13].

Wolton (2003) não aposta nessa visão que ele considera apologética. Nem aceita a internet uma mídia. Para ele, a internet é um sistema de informação. Uma mídia é regulada por legislação, tradições culturais e profissionais, códigos, saberes. Mas o aspecto mais fundamental é que uma mídia só existe com uma representação a priori de um público e a internet é pensada primeiramente em relação a sua capacidade técnica de transmissão. Em síntese, na internet não há garantia de um processo de comunicação, apenas de informação.

Se a internet não está acessível a todos, pode-se pensar a comunicação dos movimentos sociais nela desenvolvida como ação de uma "minoria ativa" melhor habilitada que uma idealizada "maioria crítica" (Melucci, 1996). Trata-se de uma visão mais realista, como quer Wolton (2003), sem impedir, pela restrição de um conceito de mídia, de verificar que processos de comunicação estão ocorrendo nesse (ciber) espaço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade.** Petrópolis: Vozes, 2002.
BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

[13] Postman, Neil. *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*. New York, Penguin Books, 1985.

_____. **O poder simbólico.** São Paulo: Difel, 1989.
CANCLÍNI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos.** Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1999.
CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
GOMES, Pedro G. **Tópicos de teoria da comunicação.** São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1997.
HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia.** Entre faticidade e validade. Vol. II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
_____ . **Mudança estrutural da esfera pública.** Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
HONNETH, Axel. *Teoria Crítica.* In: GIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan. **Teoria social hoje.** São Paulo: Unesp, 1999.
KEANE, John. **The media and democracy.** Cambridge: Polity Press, 1991.
LASSWELL, Harold. *A estrutura e a função da comunicação na sociedade.* In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural.** Rio de Janeiro: T. A.Queiroz, 1987.
LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.
MAIA, Rousiley. *Redes cívicas e internet. Do ambiente informativo denso às condições de deliberação pública.* In: EISENBERG, José (org.). **Internet e política.** teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: EdUFMG, 2002.
MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações.** Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2003.
MATTELART, Armand ¨& Michelle. **História das teorias da comunicação.** São Paulo: Loyola, 1999.
MELUCCI, Alberto. **Challenging codes.** Collective action in the information age. Cambridge: University Press, 1996.
MONTERO, Maria Dolores. **La información periodística y su influencia social**. Barcelona: Editorial Labor, 1993.
MORAES, Dênis de. *Comunicação virtual e cidadania* (2002). Disponível em www.saladeprensa.org/art156.htm
ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu.** Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1983.
POSTMAN, Neil. **Amusing ourselves to death.** Public discourse in the age of show business. New York, Penguin Books, 1985.
RODRIGUES, Adriano D. **Comunicação e cultura.** A experiência cultural na era da informação. Lisboa: Presença, 1993.
_____ . **Estratégias de comunicação.** Questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa, Presença, 1990.
RUBIM, Antônio. *Comunicação, sociabilidade e mal-estar da/na modernidade.* Revista Geraes. FAFICH, UFMG, número 47, 1995.
RÜDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação.** São Paulo: Edicom, 1998.
THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade.** Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.
TÖNNIES, Ferdinand. **Kritik der öffentlichen Meinung.** Berlin, 1922.
TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia.** Ciudad de México: Ediciones G. Gilli, 1983.
WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 1995.
WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.