

Mídia e Cidadania: contribuições de leituras habermasianas da comunicação de massa para a retomada da esfera pública em sociedades complexas*

Vitor Souza Lima Blotta*

RESUMO

Em busca por novas possibilidades de estímulo para um aumento da participação política e da cidadania ativa em sociedades complexas, este estudo procura fazer uma releitura das teorias críticas da Indústria Cultural e da Comunicação de Massa no século XX à luz do pensamento de Jürgen Habermas e das transformações provocadas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação na Esfera Pública atual. Evidenciando o poder da *Imagem* como linguagem preponderante nesse contexto, faz-se necessário um melhor entendimento de sua lógica psicológica e semiótica, para sua possível reapropriação e uso crítico-discursivo. Assim, a partir da sinalização de Habermas em relação aos potenciais de uma comunicação emancipatória da mídia de massa, e dessa nova abordagem do tema da imagem, são analisados alguns dos novos e crescentes espaços de comunicação interpessoal na mídia digital, na busca por descortinar seus limites e possibilidades de gerar novos movimentos de retomada da esfera pública e práticas de cidadania ativa em sociedades complexas.

Palavras-chave: *Comunicação de Massa, Teoria Crítica, Imagem, Cidadania ativa.*

ABSTRACT

In the search for new possibilities of stimulating an increase in political participation and active citizenship in complex societies, this paper intends to review the critical theories of Cultural Industry and Mass Communications in the 20th century in the light of Jürgen Habermas' thought, and the transformations brought by the new Information and Communication Technologies in the present Public Sphere. Witnessing the power of *Image* as a predominant language in this context, a better understanding of its psychological and semiotic logics becomes urgent, for a possible *reappropriation* and critical-

* Artigo apresentado na V Semana de Relações Internacionais da USP, intitulada "Mídia e Poder", em 04/10/2007, na mesa redonda "Cultura Livre, Política e Mdiativismo".

* Mestrando pelo Departamento de Filosofia e Teoria Geral do Direito da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (DFTGD-FDUSP), com bolsa-auxílio FAPESP (06/52812-5), e pesquisador do Núcleo de Estudos da Violência (NEV-USP, projeto "Democracia, Justiça e Direitos Humanos"), sob a orientação do Prof. Dr. e Livre Docente Eduardo C. B. Bittar.

discursive use of them. Thus, from Habermas' theorization of emancipatory communication signs in mass media and this new approach on the concept of image, new and growing spaces of interpersonal communication in the digital media will be analyzed, aiming to discover its limits and possibilities in generating new public sphere recovery movements and active citizenship practices in complex societies.

Key words: *Mass Communications, Critical Theory, Image, Active citizenship.*

Introdução

O presente artigo visa traçar os passos iniciais para a abordagem de uma questão específica: como provocar o ímpeto à prática da cidadania¹ ativa necessária à realização da ação comunicativa teorizada por Jürgen Habermas? Em outras palavras, quais são os estímulos necessários para que as pessoas passem da simples consciência à ação orientada a uma autoconstrução coletiva da sociedade, tão cara à efetividade de um Estado Democrático de Direito?

Apesar de apresentar um foco temático para trabalhar essa questão - a tentativa de uma abordagem inicial dos desdobramentos (sinalizados, mas não aprofundados por Habermas), do caráter *ambivalente* da comunicação de massa quando visto sob o prisma crítico da razão comunicativa (Habermas, 1987-II:551-554) –, outras duas questões fundamentais ligadas ao pensamento habermasiano como um todo podem se desdobrar da mesma problemática a ser enfrentada:

1. Mesmo sentindo o peso da liberdade comunicativa², será que os indivíduos de uma sociedade complexa têm as condições “psico-políticas” e lingüísticas para re-adentrar uma esfera pública dominada pela “mass media” e reivindicar de forma consistente suas pretensões de validade³?

2. Em quais elementos do atual estágio da industrialização da cultura estão latentes os potenciais emancipatórios da ação comunicativa, e como liberá-los?

A literatura crítica de orientação marxiana elaborada a partir da segunda metade do século XX até os dias presentes, permite a constatação de que os bloqueios instituídos pelo sistema econômico-social sobre

¹ A noção de cidadania ativa utilizada neste artigo converge com as concepções de Herbert de Souza, o Betinho, e Eduardo Bittar. Para o primeiro, cidadania ativa é participar das decisões que afetam a própria vida; é ser alguém que cobra, propõe e pressiona o tempo todo (Souza & Rodrigues, 1994:22); Já para Bittar, cidadania ativa não é aquela “reduzida à passividade eleitoral”, e sim uma pró-atividade transformadora, intersocial e co-responsável nas tomadas de decisão política e nos efeitos destas sobre a sociedade (Bittar, 2005:432-434). Para uma tentativa de analisar as razões da ausência da cidadania ativa sob o tema da *apatia política* no Brasil, cf. Blotta (2006).

² “Liberdades de ação subjetivas justificam a *saída* do agir comunicativo e a recusa de obrigações ilocucionárias; elas fundamentam uma privacidade que libera do *peso da liberdade comunicativa* atribuída e imputada reciprocamente” (grifo nosso). (Habermas, 1997:156).

³ Na linguagem habermasiana, as *pretensões de validade* seriam exteriorizações lingüísticas normativas, ou tomadas de posicionamento e compromisso (sejam elas conscientes ou não) por parte dos indivíduos em relação à aceitação ou não de determinados juízos de verdade, sinceridade, correção etc., sobre temas que estejam em debate na esfera pública (Repolés, 2003:49).

formas de vida autônomas e capazes de transformar a realidade presente elevaram-se à máxima potência com o processo de industrialização da cultura e a atual disseminação de seus modelos de alienação por todas as esferas de reprodução social. A sociedade do consumo, ou sociedade do espetáculo, representa a totalização da dominação dos imperativos sistêmicos sobre o mundo da vida, hoje prática e teoricamente incapaz de se emancipar de uma reprodução *administrada*.⁴

No entanto, uma leitura habermasiana, pautada principalmente pela percepção das ambivalências dos processos sociais, não se contentaria somente com tal *descrição* da realidade, mas procuraria identificar na força dos próprios bloqueios, potenciais latentes de emancipação e de gestão mais autônoma do mundo da vida. Nessa linha de declaradamente *normativa* de pensamento, as tentativas de resposta às questões enunciadas acima se dividirão em duas hipóteses:

1. Se a sociedade conseguisse compreender melhor as ambivalências do mecanismo de transmissão de conteúdo contido no bem mais importante da comunicação de massa atual - *a imagem* – seria possível a criação de estratégias de apreensão crítica delas e sua utilização de forma emancipatória, de modo que, a partir da incipiente interatividade comunicativa global proporcionada pelas novas tecnologias digitais (considerados, logicamente, seus déficits de acesso), estimule-se psíquico e politicamente a re-entrada da sociedade civil na esfera pública.

2. Esse dimensionamento dos potenciais manipulatórios e emancipatórios da comunicação de massa e de sua linguagem *imagética*⁵, provocaria o estímulo inicial a um ímpeto mais estruturante de re-politização da sociedade civil, numa correlação mais equilibrada entre ela e o Estado, com o fomento de práticas culturais e jurídicas de construção e legitimação de normas e políticas públicas, o que se aproxima da noção habermasiana de um direito como *mediador* entre *facticidade e validade*.⁶

O caminho tomado para tatear todas essas questões seguirá os pressupostos da teoria crítica⁷, ou seja, traçará um *diagnóstico do tempo presente* do processo de industrialização da cultura e dissolução da esfera pública, identificando os *bloqueios estruturais* da razão e da práxis transformadora neste campo, para tentar, a partir deles, descortinar e recolocar na prática seus específicos potenciais emancipatórios.

⁴ Seguem nessa esteira, na Filosofia Política Hardt & Negri (2000); na Economia Política, César Bolaño (2000); na Sociologia, Guy Debord (1997); e na Filosofia a contribuição seminal de Horkheimer e Adorno (1984).

⁵ Tornou possível a partir da diferenciação moderna dos contextos de validade entre as esferas da ciência, moral e estética. (Habermas, 2002:165).

⁶ Em sua obra **Direito e Democracia** (Tempo Brasileiro: 1997), Habermas passa a conceber uma função emancipatória no direito, como linguagem capaz de equalizar as tensões entre o poder administrativo do sistema social e o poder comunicativo das interações do mundo da vida (Bittar, 2005a:820).

⁷ Para um estudo curto mas completo dos pressupostos de análise social da teoria crítica, ligada à chamada “Escola de Frankfurt”, cf. Nobre (2004).

1. A radicalização das *ambivalências* do modelo: perspectivas emancipatórias a partir da leitura habermasiana da comunicação de massa

Este artigo não pretende expor em detalhes a teoria da ação comunicativa ou a crítica da racionalidade de Habermas como um todo, mas evidenciar alguns de seus elementos a partir das perspectivas do autor sobre a comunicação de massa e a sociedade de consumo, tomadas como possíveis alternativas àquelas que surgem das teorias de Horkheimer e Adorno em relação à criação de estímulos para uma cidadania ativa consistente.

Ao final do segundo e último volume de sua **Teoria da Ação Comunicativa** (1981), Habermas decide apresentar o que denominou “notas ilustrativas”, relatos iniciais de temas variados da sociologia sob a perspectiva da ação comunicativa, para conferir respaldo à sua pretensão de ser uma teoria crítica da sociedade, segundo ele, só passível de “fecundidade” quando em contato com investigações ramificadas do tipo filosófico e sociológico (Habermas, 1987-II:542). É dentro dessas “ilustrações”, e em crítica às visões especialmente de Horkheimer e Adorno, que Habermas apresentará os sinais de ambivalência que identifica na comunicação de massa das sociedades pós-liberais.

Em relação à crítica da cultura de massa de Horkheimer e Adorno, Habermas aduz que ambos seguem um foco que impede o acesso às ambivalências dos potenciais da contribuição dos meios de comunicação de massa (MCM) às práticas de controle *social*. Esse foco é justamente a *priorização*, dentre as causas da regressão da consciência e da capacidade para a prática de uma cidadania ativa, do *modo pelo qual as leis do mercado penetram cada vez mais profundamente na produção cultural* (Habermas, 1987-II:432).

Essa ligação entre a otimização do modo de produção capitalista e o controle e passividade sociais não permitiria uma valorização dos sinais emancipatórios que o advento dos MCM apresenta, devendo a questão ser analisada antes de tudo sob o ponto de vista de um outro bloqueio à emancipação: *a capacidade (e dos limites) dos MCM em provocar o insulamento do ser humano em seu próprio individualismo* (Habermas, 1987-II:432)⁸.

Nesse novo *foco*, Habermas vislumbra num primeiro momento os MCM dentro do que denomina “*formas generalizadas de comunicação*”, as quais junto aos “meios de controle sistêmico” constituem instrumentos capazes de “(...) *exonerar* o arriscado e custoso mecanismo de coordenação que representa o entendimento”. Ou seja, apesar de não desgastar, neutralizar ou suprimir ações orientadas à formação de consensos ligados a problemas reais da sociedade civil, como o fazem os meios do dinheiro e do poder burocrático (Habermas, 1996:343), a comunicação de massa condensa, especializa e hierarquiza em seu

⁸ A crítica de Habermas à teoria da cultura de Horkheimer e Adorno remonta ao fecundo debate de Habermas com a filosofia da práxis (ou entre razão e ação instrumentais contra razão e ação comunicativas), porém não poderá ser devidamente detalhado neste artigo. Para maior aprofundamento na temática, cf. Habermas, (2006: 11-92); (1987-II: cap. IV); (2002:73-119 e 153-186).

interior a comunicação que consegue ampliar, podendo melhorar ainda mais a eficácia dos controles sociais (Habermas, 1987-II:552-553).

Portanto, o esquematismo, a unilateralidade, o não-questionamento e a pretensa neutralidade valorativa difundida nos conteúdos e métodos dos MCM colaboram, sim, para a “colonização do mundo da vida pelo sistema”, pois eles ocupam o espaço da esfera pública política, onde a complexidade dos temas caros à sociedade era anteriormente problematizada e decodificada pelos próprios cidadãos interessados (apesar dos elitismos burgueses próprios do período do capitalismo concorrencial), valorizando a participação política e equilibrando o destacamento entre sociedade civil e Estado (Habermas, 1996:343).

Enquanto somente reproduzem de maneira *acrítica* os comandos especializados dos subsistemas sociais e *informam* a sociedade civil das “generosas” políticas simbólicas do Estado, os MCM prejudicam ainda mais a formação de práticas de cidadania ativa e tornam-se no mínimo coniventes com o processo de naturalização de uma sociedade de controle solidamente hierarquizada.⁹

No entanto, Habermas não deixa de identificar que esses novos potenciais de controle social advêm de uma ligação inexorável da comunicação de massa com contextos do mundo da vida, pois não se pode ampliar e generalizar espaços de comunicação e consumo cultural (ainda que unilaterais) sem fazer uso de um grau mínimo de contato com a interação lingüística entre indivíduos. Portanto, se as mídias de massa são estruturas de comunicação, embora hierarquizantes e especializadoras de processos de entendimento e consenso, seu caráter amplificador da comunicação representa ao mesmo tempo a possibilidade de uma amplificação também das interações lingüísticas do mundo da vida, residindo aí sua ambivalência (Habermas, 1987-II:552-553).

Não haveria, então, como negar as formidáveis possibilidades de ampliação da capacidade comunicativa proporcionadas pelos MCM, como por exemplo, a eliminação de barreiras físicas e temporais da comunicação, sendo os meios, no mínimo, seus “reforçadores técnicos”. Portanto, a ligação permanente dos MCM a contextos de ação comunicativa permite a Habermas constatar seu caráter ambivalente, que estaria, no entanto, obstado pela construção e manutenção de sua manifesta *unilateralidade informacional* (Habermas, 1987-II:473).

Para Habermas, *toda estrutura de comunicação carrega dentro de si potenciais emancipatórios*, uma vez que é impossível impedir em todos os níveis de interação alguma forma de debate crítico de idéias e

⁹ Não tratando especificamente dos meios de comunicação de massa, mas sim da *autopoiese dos subsistemas sociais* identificados pela teoria dos sistemas de Luhmann, Habermas afirma: “Não há mais nenhum lugar onde problemas relevantes à reprodução da sociedade *como um todo* poderiam ser percebidos e lidados com (...) Sob essas condições, a esfera pública política não pode prover tal espaço de ressonância, pois junto aos cidadãos, ela é expropriada pelo código do poder e aplacada com políticas simbólicas” (Tradução livre do inglês. Grifos originais) (Habermas, 1996:343).

pretensões de validade, especialmente por “atores capazes de responder autonomamente por seus próprios atos” (Habermas, 1987-II:553).

Esses potenciais emancipatórios presentes no modelo hierarquizante e unilateral da comunicação de massa seriam evidenciados em estudos mais empíricos, cujas contradições dos potenciais de controle social a partir dos meios teriam passado ao largo das observações “supercontundentes” de Adorno e Horkheimer, focadas principalmente em investigações sobre audiência e outros programas da indústria cultural. Habermas cita seis exemplos dessas contradições e seus respectivos estudos, o que torna possível constatar a atualidade de sua análise (Habermas, 1987-II:553). Para reforçar a verificação sua pertinência nos dias de hoje até mesmo em países da América Latina - apesar de uma literatura considerável contradizê-lo¹⁰, serão relatados fatos pontuais ocorridos no continente nos últimos anos relacionados a algumas das contradições.

1. Citando artigo de D. Kellner (1987:31 e ss.), diz que os centros emissores estão expostos a interesses rivais e de modo algum podem integrar sem quaisquer discontinuidades os pontos de vista econômicos político-ideológicos, profissionais e aqueles referentes à estética dos meios (Habermas, 1987-II:553).

Quanto a essa contradição, cabe ressaltar o importantíssimo papel do trabalho de fiscalização de cumprimento de exigências constitucionais pelos MCM feito pela Comissão de Direitos do Cidadão do Ministério Público Federal, o qual, junto a associações da sociedade civil organizada em prol da democratização da comunicação, como o *Coletivo Interozes*, conseguiram, em uma de suas diversas investidas, suspender por medida judicial o programa de “pegadinhas” do apresentador João Kleber, e veicular em seu lugar por um mês o programa “Direito de Resposta”, que veiculou matérias e entrevistas sobre direitos humanos e cidadania.¹¹

2. Também com D. Kellner, Habermas traz a análise de que os MCM normalmente não podem realizar sem quaisquer conflitos suas obrigações periodísticas (Habermas, 1987-II:553).

Outro fato inédito na história da comunicação de massa ocorreu este ano na Venezuela, quando o Presidente Hugo Chávez decidiu não renovar a concessão da emissora RCTV, o mais antigo e detentor da maior audiência do país, para colocar em seu lugar uma emissora estatal. Apesar de todas as controvérsias sobre o caso, o fato por si só já indica que a América Latina não só corrobora a existência da “contradição 2”, como também reforça o exemplo do continente como foco de possíveis rumos alternativos ao modelo hegemônico dos MCM.¹²

¹⁰ Essa literatura crítica será apresentada no tópico 3 deste artigo.

¹¹ Para um vídeo que relata em detalhes a conquista inédita do movimento brasileiro para a democratização das comunicações, acesse: <http://www.youtube.com/watch?v=hTPddDInpvw>

¹² Para aprofundamento na decisão do governo Chávez e todas as suas controvérsias, cf. a edição n. 223, ano 20, de maio de 2007 da revista “Imprensa”.

3. Com base em obra de A. Singlewood (1977), aponta que os conteúdos das emissões dos meios não reproduzem somente “standards” da cultura de massa, e até mesmo em programas de entretenimento popular pode haver mensagens críticas, o que Kellner denomina “*popular culture as popular revenge*” (Kelner, 1979:13 e ss).

4. Novamente com Kellner, Habermas diz que as mensagens ideológicas não se dão “no branco de seus destinatários”, pois em cada contexto de recepção há um “pano de fundo subcultural” que às vezes acaba transformando a mensagem em seu contrário (Kelner, 1982).

5. Citando trabalhos de Lazarfeld, Berelson, Gaudet e Katz sobre embate entre a comunicação de massa e a comunicação cotidiana, Habermas informa as constatações de que em última análise, é nas conversas pessoais do dia-a-dia, e não quando se ouve ou lê os meios de comunicação de massa, que as opiniões realmente são modificadas. Enfim, as práticas comunicativas cotidianas se põem “conscientemente na defensiva” contra as “intervenções diretamente manipuladoras” da comunicação de massa (Habermas, 1987-II:554).

No caso específico brasileiro, dois fenômenos podem, numa análise fática, corroborar essa tese. São eles: a reeleição de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência da República em 2006, apesar dos inúmeros escândalos e a forte oposição da grande mídia; e a eleição do apresentador de televisão Clodovil ao cargo de Deputado Federal, logo após a emissora em que trabalhava tê-lo demitido por baixa audiência em seus programas.

6. Habermas constata, por último – corroborando as análises que ainda haveria de fazer sobre as ambivalências da internet¹³ – que a evolução técnica dos meios pode não ocorrer *necessariamente* para sua concentração e unilateralização, mesmo que as idéias de “pluralismo do vídeo”, ou uma “democracia televisiva” (e aqui, apesar das claras e problemáticas “novas exclusões”, podem ser citadas a internet e a vindoura televisão digital), ainda sejam pouco mais do que “visões anarquistas” (Habermas, 1987-II:554).

Assim, de forma sintética, pode-se dizer que os potenciais emancipatórios da comunicação de massa identificados por Habermas são:

1. *A variabilidade de fatores que influenciam a produção de informação e a evolução técnica dos meios;*

2. *A existência de produções que não somente reafirmam os conteúdos pasteurizados e repetitivos da indústria cultural;*

3. *A capacidade de crítica e requalificação das informações pelos contextos culturais de recepção;*

¹³ Cf. o artigo de Habermas intitulado “O Caos da Esfera Pública”, publicado no caderno “Mais!” da Folha de S. Paulo, em 13/08/2006. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1308200605.htm> (último acesso: 06/10/07 - note-se, permitido acesso somente a usuários do provedor “UOL”).

4. *O poder da comunicação oral e cotidiana em se contrapor à influência político-ideológica dos meios.*

Enfim, Habermas demonstra ter plena consciência da lógica capitalista e dos novos ciclos de exclusão que perpassam o advento dos MCM. Porém, ao fazer essa análise de suas ambivalências, parece dizer que olhar o fenômeno somente por aquela ótica, desvalorizando os potenciais de ampliação da comunicação intersubjetiva crítica que ele sinaliza, não contribui para que esses potenciais sejam ressaltados e estimulados a ponto de deixarem de ser meras exceções conjunturais do controle social exercido pelos *media*.

2.1 *Novos bloqueios*

Apesar da análise das ambivalências e dos sinais emancipatórios dos MCM feitas em sua **Teoria da Ação Comunicativa**, no início dos anos oitenta, num de seus recentes artigos publicados no caderno “Mais!” da Folha de S. Paulo intitulado “O Caos da Esfera Pública” (F.S.P. 13/08/2006), Habermas identifica novos bloqueios para a liberação desses sinais emancipatórios, tecendo comentários essenciais para o desenvolvimento das hipóteses deste trabalho:

“Por um lado, a reorientação da comunicação, da imprensa e do jornalismo escrito para a televisão e a internet conduziu a uma ampliação insuspeitada da esfera pública midiática e a uma condensação ímpar das redes de comunicação”.

“A esfera pública, na qual os intelectuais se moviam como os peixes na água, tornou-se mais incluída, o intercâmbio é mais intenso do que em qualquer época anterior.” (grifos nossos) (Habermas, “O Caos da Esfera Pública”, F.S.P. 13/08/2006).

Mas as ressalvas são muitas:

“(…) Por outro lado, os intelectuais parecem morrer sufocados diante do transbordamento desse elemento vivificador, como se ele lhes fosse administrado em overdose. A bênção parece transformar-se em maldição” (Habermas, “O Caos da Esfera Pública”, F.S.P. 13/08/2006, grifos nossos).

Além de apontar que os grandes potenciais de horizontalidade e interatividade comunicativa da internet têm de conviver com uma fragmentação que impede a formação de um “foco” de peso político das opiniões dos intelectuais, Habermas demonstra grande preocupação com um fenômeno específico provocado pela televisão: “(a televisão) Deve mostrar em imagens o que quer dizer, e acelerou o “iconic turn”, a virada da palavra para a imagem” (*Id. ibid.*, grifos nossos).

Esse *iconic turn*¹⁴, relaciona-se claramente com um dos aforismos de Debord, pelo qual antigamente o importante era “ser” (reconhecimento da individualidade e da cidadania das revoluções constitucionalistas); em seguida tornou-se importante “ter” (com a industrialização e a massificação do consumo); mas hoje, o que importa é “parecer ter” (Debord, 1997:18).¹⁵ Ou seja, só tem credibilidade aquilo que “aparece”, como complementa Habermas: “*Como a televisão é um meio que torna algo visível, confere celebridade no sentido de notoriedade aos que aparecem em público*” (Habermas, “O Caos da Esfera Pública”, F.S.P. 13/08/2006, grifos nossos).

Além disso, a fugacidade da participação do intelectual e sua *espetacularização* nos MCM contribuem para a *unilateralização* dos potenciais comunicativos destes, pois nos programas televisivos

“Mesmo se o conteúdo remete a um evento discursivo, a televisão convida os participantes à *representação de si mesmos*, como podemos observar em muitos “talk shows”. O momento da auto-representação dos atores transforma inevitavelmente o público judicante -que, diante da tela, participa do debate sobre temas de interesse geral- também em um público assistente” (grifos nossos) (Habermas, “O Caos da Esfera Pública”, F.S.P. 13/08/2006).

Com essa constatação, torna-se possível vislumbrar uma dupla problemática: de um lado a incapacidade dos atores que intervêm nos MCM de trabalhar conteúdos discursivos e estimular criticamente os receptores; e de outro a não maior capacidade dos próprios receptores de desviarem-se de um apego à visibilidade dos atores e focarem na *problematização* dos temas colocados em pauta nos programas.

A identificação dessa dupla problemática auto-implicativa nas análises de Habermas permite, enfim, o levantamento da hipótese central desse trabalho: com o citado “*iconic turn*”, não há como negar que a razão central do atual bloqueio das ambivalências dos MCM, em especial na televisão, seu carro-chefe, está no desconhecimento da dinâmica de funcionamento semiótico e psicológico das *Imagens* pela sociedade.

Com isso, torna-se imprescindível um aprofundamento de seu estudo, primeiramente pelo tratamento da lógica de recepção das imagens (para se desviar do apego à visibilidade e ao que “aparece”), e em seguida pela forma com a qual as imagens devem ser trabalhadas e veiculadas (e logicamente exigidas pelos receptores, gerando estímulos críticos e discursivos na comunicação).

¹⁴ Em claro trocadilho com a “virada lingüística” (*linguistic turn*) da filosofia, momento em que, sob influência principalmente da obra de Wittgenstein, a linguagem é re-valorada como médium inexorável da relação sujeito-objeto, colocando em cheque todas as pretensões de verdade da filosofia da consciência. Para mais sobre o tema, cf. (Oliveira, 2001).

¹⁵ Para uma análise mais aprofundada e psicanalítica, porém não menos crítica desse fenômeno de passagem do modo de vida “ser” para o modo “ter”, cf. (Fromm, 1987).

Talvez seja essa uma saída para que os potenciais emancipatórios dos MCM não se tornem somente objetos de publicidade para o mercado, mas ganhem sua esperada estruturalidade, re-qualificando discursivamente a esfera pública.

2. A Dialética da Imagem

2.1 Imagem e recepção

Primeiramente, deve-se notar que essa prevalência desse aspecto *imagético*, no sentido de simbólico, sem correspondente concreto, na determinação da lógica dos MCM, da esfera pública e dos modos de vida social revela-se também incrustada na própria dinâmica estrutural do sistema capitalista contemporâneo, como demonstram recentes estudos do que se convencionou denominar *Iconomia*, economia dos *ícones*, ou economia dos signos. Trata-se dos reflexos do fenômeno de financeirização do capital e seu descolamento em relação aos suportes materiais, como um retorno da influência da esfera política na econômica, identificada por Habermas em *Técnica e Ciência como “Ideologia”* (2006:55 e ss.), porém ampliada exponencialmente com o advento das novas tecnologias da informação e da comunicação a partir dos anos setenta¹⁶ (Schwartz, 2006:4).

Desde então, a “imagem social” que se tem de uma empresa (ou que se consegue “criar” sobre seus rendimentos, por exemplo), torna-se fator mais importante para reprodução global do capital do que sua produtividade material, especialmente porque as companhias atualmente mais bem sucedidas não trabalham com bens duráveis, como é o caso da *Google*.¹⁷

Feita essa breve contextualização do problema, pode-se destacar duas obras publicadas no Brasil como importantes para o entendimento da lógica simbólica da imagem na mídia. São elas os ensaios que compõem o livro **Videologias** (Boitempo, 2005), organizado por Eugênio Bucci e Maria Rita Kehl, e a obra **Muito Além do Espetáculo** (Senac, 2005), organizada por Adauto Novaes.

Primeiramente, para que se entenda a razão pela qual a imagem tende a provocar um certo imobilismo discursivo e conseqüentemente político nos receptores dos conteúdos – especialmente televisivos –, deve-se lançar mão da análise que Maria Rita Kehl elabora no ensaio “Televisão e Violência do Imaginário”, publicado em **Videologias**.

¹⁶ Para mais sobre a transformação estruturante do fenômeno das TICs no capitalismo tardio, cf. Bolaño (2005; 2007), além de Blotta e Mattos (2008).

¹⁷ Para maior aprofundamento no tema da “Iconomia”, que permeia embora não seja central aos objetivos deste artigo, cf. Schwartz (2006).

Utilizando-se de paradigmas teóricos como Freud e Hannah Arendt, Kehl aponta que dificilmente a imagem provoca a reflexão ou até mesmo o próprio pensamento, pois os MCM, e especialmente a televisão, manipulam o Imaginário social, conjunto de imagens, arquétipos e representações simbólicas que opera sob a “lógica da representação dos desejos” (Kehl, 2005:89).

Com isso, os programas televisivos tendem a oferecer conteúdos ligados ao inconsciente humano, porém de maneira explícita, levando o espectador à identificação com seus objetos de desejo (de impulsos mais primitivos e irracionais, como o sexo e a violência, até outros mais “esclarecidos”, como o poder, o reconhecimento perante os pares, a conquista amorosa, etc.), sem qualquer esforço mental de desvelamento ou de conexão simbólica, característicos do ato de pensar. Isso porque quando se dá o momento da identificação entre o objeto de desejo e a representação (oferecida pela imagem), há o gozo, e quando há o gozo, cessa-se momentaneamente o pensamento, pois este, enquanto inquietação e busca constante por representações do mundo, é substituído pela satisfação momentânea dessa busca.¹⁸

Assim, assistir à televisão torna-se um permanente estado de *gozo*, de fruição, o que explica o fato de pessoas quererem assistir à TV para “relaxar”, esquecer dos problemas pessoais, ou se entreter, e não para pensar. Além disso, essa vontade também está ligada à questão de que “pensar é trabalhoso”, requer esforço e gasto de energia, e ninguém consegue pensar o tempo todo, o que parece ser uma assertiva incontestável.

Porém, a relação estabelecida com a televisão ou outros MCM visando unicamente o entretenimento, como momento de gozo e ausência de pensamento, apresenta dois perigos à sociedade: o primeiro é que se torna possível uma confusão perigosa entre a representação e o objeto de desejo, levando o espectador a crer que, ao assistir à TV, está vendo a realidade *em si*.¹⁹ Nesse momento, o meio de comunicação deixa de ser apreendido como meio, fazendo com que os conteúdos sejam absorvidos como verdades incontestáveis, especialmente na questão das transmissões em tempo real.²⁰

O segundo perigo é analisado sob a noção de mal absoluto em Hannah Arendt, quando escreve sobre a banalidade do mal em sua obra “Origens do Totalitarismo” (Companhia das Letras, 1998). Para Arendt, o mal absoluto não seria uma violência visível, ou “conscientemente maligna”, mas aquele que ocorre a partir da banalização da condição humana, dada justamente pelo impedimento ou a ausência de

¹⁸ “Sabemos, desde *A Interpretação dos Sonhos* de Freud, que o desejo não tem que se realizar necessariamente em ato. Pode bastar-lhe a linguagem. Por que um sonho, por exemplo, realiza um desejo? Porque *um desejo se realiza quando ele encontra a sua representação*. Dizendo de outra maneira: o deslizamento do significante, a cadeia dos significantes que remetem sempre, cada um, a outro significante, *estanca temporariamente quando se produz um significado*” (grifos nossos) (Kehl, 2005:90).

¹⁹ Para demonstrar o poder de representação da imagem, Kehl a diferencia da palavra: “(...) significação e imagem *se confundem*: a imagem detém o trabalho psíquico ao produzir algo que se parece com uma significação (...) uma palavra pode nomear alguma coisa, mas *não é* aquela coisa (...) porque *uma palavra não é o corpo da coisa*, é por tudo isso que as palavras são sempre insuficientes e nós temos sempre que produzir novas palavras, novas metáforas, para mover o pensamento e a nossa relação com o real.” (grifos nossos) (*Idem*:98-99).

²⁰ Para mais sobre a questão da relação da sociedade com as transmissões em *tempo real*, cf. Blotta, “11 de Setembro: Mídia, Política e Exceção”, disponível em http://www.direst.net/pub_eventosIcoloquiodireitoestado.php. (Último acesso em 13/07/07).

pensamento ou reflexão. Quando o ser humano pára ou é impedido de pensar, haveria as condições de possibilidade da produção de algo como o mal absoluto.²¹

É por isso que, apesar de mais trabalhosas, a reflexão ou a crítica exercitadas em face das imagens produzidas pelos MCM, especialmente a televisão, poderiam levar primeiramente a uma fruição mais autêntica delas, pois seria possível um “distanciamento mais consciente” entre a imagem e o objeto de desejo, permitindo que essa relação de significação passasse a ser envolvida por elementos outros que não somente os contidos na própria imagem, como questões pessoais e memoriais do espectador (Novaes, 2005:11).

Em segundo lugar, o espectador torna-se, com isso, capaz de interagir com a imagem, de resignificá-la, além de contestar a veracidade ou a *validade* ou dos conteúdos normativos que ela sustenta, iniciando uma espécie de *bilateralização discursiva* na circulação de conteúdos (tornaria-se, como diz Habermas, “público *judicante*”), mesmo que inicialmente na relação entre imagem e receptor.

Segundo Adauto Novaes, seria essa uma relação verdadeiramente frutífera com a imagem, pois se está lidando com ela de forma dialética, ou seja, sabendo que a imagem compõe-se daquilo que ela também não mostra, ou daquilo que ela *não é*, como o passado e o futuro do espectador. A própria definição etimológica da palavra imagem oferece essa pista dialética, pois dela derivam palavras como “imaginação”, e “*faos*”, que remete à fantasia, fantasma. A imagem remete, portanto, a um universo de luz e sombra, da mesma forma que a palavra grega para “verdade”, *alethéia*, é composta de seu contrário, pois *lethé* significa obscuro, o oculto, o esquecido (*Idem*: 11-13).

Pode-se com isso retomar a idéia de que sem o pensamento, sem um exercício de relação entre o visto e o não-visto (entre a imagem e a memória ou as idéias do espectador), num *processo de “re-educação da visão”* que permitisse um maior diálogo com as imagens, não há como decifrá-las e desvelar o que elas “encobrem” ao serem mostradas. Sem esse processo, a indústria cultural e sua unilateralidade expandida para o todo social tornam-se definitivamente instrumentos de ingerência totalitária no controle social que bloqueia a cidadania ativa (*Idem*:11-13).

2.2 Imagem e emissão

Uma das constatações mais consensuais dos estudos críticos de mídia e política da atualidade é o fato de que o aumento do número de informações a que estão expostas as pessoas não necessariamente conduz a um aumento – especialmente qualitativo – da produção de conhecimento, cidadania e participação política. Em contrário, a enxurrada de informações que a mídia de massa, seja eletrônica ou impressa,

²¹ Apesar de tratar de situação historicamente diversa, como o holocausto e os campos de concentração nazistas, Arendt, trata da superfluidade do ser humano também na sociedade de massa do pós-guerra, cuja bestialidade se dá pela eliminação dos elementos que o diferencia do animal, como a ação política e o pensamento. (Arendt, 1998:507-508).

veicula todos os dias, visa a reprodução uma lógica de mercado e inibe a atividade ativa, criativa e crítica dos receptores.²²

A inclusão do receptor no discurso midiático se dá por meras opiniões de pessoas abordadas nas ruas sobre determinados eventos, enquanto que as raras análises e raciocínios a respeito dos fatos são feitos por poucos especialistas, tanto nas áreas da cultura, jornalismo ou política (Chauí, 2006:13). Porém, ingenuidade seria pensar que essa interatividade mínima do receptor é simplesmente um capricho da vontade própria dos donos de empresas de radiodifusão. Após o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, a velocidade cada vez maior da produção de informações torna-se um imperativo de sobrevivência econômica dos MCM.²³

No entanto, os efeitos dessa enxurrada de informações veiculadas e à disposição dos receptores reforçam diretamente os bloqueios estruturais aos ímpetus emancipatórios da comunicação de massa.²⁴

A busca incessante pelo furo jornalístico e pelas notícias “em tempo real” gera nos mais incautos uma apreensão *acrítica* das informações, enquanto que aos mais críticos uma desconfiança nos critérios de verdade das informações. Porém, essa desconfiança é ainda muito mais produto de uma sensação de *vertigem* e de um receio constante de se estar “desatualizado” em relação aos acontecimentos do que de apreensão criteriosa dos conteúdos veiculados.²⁵

Ao citar Paul Virilio em sua obra **O Espaço Crítico** (1993), Chauí aponta com mais detalhes como a comunicação de massa atual impede estruturalmente a relação entre revelado e não-revelado, entre memória, passado e futuro que se deve ter com as imagens, como já detalhado acima:

“Volátil e efêmera, hoje nossa experiência desconhece qualquer sentido de continuidade e se esgota em um presente sentido como instante fugaz. Ao perdermos a diferenciação temporal, não só rumamos para o que Virilio chama de “memória imediata”, ou ausência da profundidade do passado, mas também perdemos a profundidade do futuro como possibilidade inscrita na ação humana enquanto poder para determinar o indeterminado e

²² Citando Horkheimer e Adorno em sua Crítica à Indústria Cultural, Marilena Chauí atesta que “...a obra de arte, atualmente, não transcende o mundo dado, é “arte sem sonho”, é sono em que adormecem a criatividade, a consciência, a sensibilidade, a imaginação, o pensamento e a crítica tanto do artista como do público”. (Chauí, 2006:28). Para mais, v. a segunda transcrição do artigo “Caos na Esfera Pública”, de Habermas. na página 8 deste artigo.

²³ Sobre os imperativos econômicos *estruturais e estruturantes* no jornalismo atual, que levam à necessidade de aumento da velocidade da produção de informações e, conseqüentemente, à diminuição da capacidade de se comprovar a veracidade de dados e fatos veiculados, cf. Barros Filho (2003:111); Blotta e Quirino (2008).

²⁴ Como foi possível apreender das análises de Habermas, os sinais emancipatórios dos MCM são: 1. variações nas determinâncias contedísticas e técnicas dos meios; 2. produções que desviam dos “chavões” da indústria cultural; 3. reconfigurações das informações em função dos contextos culturais de recepção; 4. comunicação oral e cotidiana fazendo frente à ideologia propagada nos meios.

²⁵ “Antes da imprensa, um leitor era alguém que discernia e sondava enigmas. Após a imprensa, passou a significar alguém que corria os olhos, que escapulia ao longo das superfícies do texto impresso. Hoje em dia, no final de tal processo, chegamos a *aliar a habilidade de ler velozmente com a distração, em vez de com a sabedoria.*” (grifos nossos) (McLuhan, 1978:145).

para ultrapassar situações dadas, compreendendo e transformando o sentido delas.” (grifos nossos) (Chauí, 2006:33).

Com isso, uma primeira proposta para que os conteúdos da indústria cultural e da comunicação de massa ganhem a capacidade de gerar uma maior discursividade na esfera pública deve partir de exigências dos próprios receptores como consumidores de imagens. Afinal, que tipo de imagens e informações devem ser veiculadas para que a comunicação de massa reforce seus potenciais emancipatórios?

Ciente, portanto, de ser uma atitude contra-hegemônica, porém não impossível ou inexistente, como confirmou Habermas nas contradições (e, portanto, nos sinais de emancipação) dos meios, fazer valer a opinião de Adauto Novaes de que a condição para uma relação frutífera com as imagens seria aquela em que o receptor pudesse, a partir da imagem, relacioná-la com outros elementos de sua vida e memória, *resimbolizando-a* e apropriando-se dela ao interpretá-la, há de se exigir, como o é feito no movimento mundial contra a alimentação *fast-food* - o “Slow-Food”²⁶ -, uma espécie de movimento análogo denominado “*Slow-Image*”.

Da mesma forma que o movimento “Slow-Food” apregoa uma valorização da alimentação saudável, bio-sustentável e a manutenção de diversas tradições culinárias mundiais em oposição à atual massificação e desqualificação tanto dos alimentos como da qualidade do tempo que se gasta comendo, um movimento *Slow-Image* faria o mesmo em relação às imagens da indústria cultural. Passaria a se valorizar, especialmente em termos de exigência de consumo - tanto em obras de “entretenimento” quanto “jornalísticas”-, uma preocupação com o excesso, a qualidade, e especialmente o tempo de exposição de imagens. Isso faria com que o público receptor se tornasse - como diz o próprio teorizador do movimento “Slow-Food”-, não só consumidor, mas co-produtor²⁷ de imagens, na medida em que a demanda influenciasse uma re-qualificação do produto veiculado.

Há exemplos desse tipo de produção cultural tanto na indústria do cinema quanto na produção jornalística. Primeiramente, o aumento exponencial e global do número de *documentários* produzidos nos últimos anos²⁸ revela uma aposta nesse tipo de *simbiose* entre jornalismo e cinema, a qual requer, antes de tudo, uma maior preocupação estética com a exposição dos relatos e, ao mesmo tempo, uma necessidade

²⁶ Para mais sobre o movimento “Slow Food”, cf. site seu oficial <http://www.slowfood.com/> (último acesso: 23/09/07).

²⁷ E novamente aqui, pode-se relacionar com a idéia de “público judicante”, de Habermas. Cf. artigo de Carlo Petrini, fundador do movimento “Slow Food” no LeMonde Brasil, em <http://diplo.uol.com.br/2006-08,a1374> (último acesso: 23/09/07).

²⁸ Para um estudo aprofundado da história dos documentários no Brasil e do aumento de sua produção após convênios entre órgãos governamentais e entidades de sociedade civil, cf. Gonçalves (disponível em http://doc.ubi.pt/01/artigo_gustavo_soranz_brasil.pdf . Último acesso: 25/09/07).

de conferir maior *discursividade* - até certo ponto um ideal jornalístico - à própria linguagem estética do filme.²⁹

Outros dois exemplos claros de valorização dos aspectos temporal e “oculto” das imagens dentro da indústria cinematográfica são os filmes da “Trilogia Qatsi”³⁰ e “Baraka”.³¹ Diferentemente dos documentários comuns, não há falas ou diálogos, somente música e diversas imagens do mundo todo, das “periferias” aos “centros” financeiros da globalização. Com um especial uso do efeito “câmera lenta”, ambos geram fortes contrastes estéticos e sócio-culturais, além da velocidade reduzida na troca da maioria das imagens proporcionar “espaços temporais” para reflexões que transcendem os “elementos aparentes” das próprias imagens. Nesses filmes, quando as imagens passam de forma rápida, percebe-se justamente uma intenção de demonstrar as excessivas velocidade e atemporalidade da vida contemporânea.

Em interessante entrevista, o criador e diretor da Trilogia Qatsi, Godfrey Reggio, em face da pergunta do porque dele ter escolhido o cinema - “uma das partes envolvidas na aceleração tecnológica na existência moderna” - para seus filmes, teve uma resposta significativa a este trabalho:

“Bem, são vários motivos. Tragicamente *nossa linguagem não consegue descrever o mundo no qual vivemos*. No início do século 20, nós tínhamos 30.000 línguas e dialetos principais. Hoje nós temos menos do que 4.000 línguas e dialetos principais. Então *a língua está sendo homogeneizada*. A linguagem do momento ou de como ela era, *a linguagem da ordem que vivemos, é a imagem*. Senti que *se queria me comunicar com o público, eu deveria mesmo fazê-lo através de uma linguagem de imagens*. Isso é um abraço consciente da *contradição*”.³²

²⁹ Segundo o professor Olivier Voirol, do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt (ALE), em seminário apresentado no Simpósio Internacional de Comemoração aos 60 anos da obra **Dialética do Esclarecimento**, de Adorno e Horkheimer, realizado na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP nos dias 28 e 29 de agosto de 2007, *os documentários são expressão de uma forma de “mediação intersubjetiva” que ocorre na comunicação de massa (relação que possibilita um enriquecimento pessoal, por apresentar perspectivas de mundo diferenciadas das pasteurizadas e uniformizantes da indústria cultural)*, em oposição ao que chama de “mediação reificante” (impossibilidade de produção de novas idéias pela unificação e uniformização lingüística dos produtos da indústria cultural). Para um resumo desse seu trabalho, entre outros do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, cf. Voirol (2007).

³⁰ Dos diretores Godfrey Reggio (direção e imagens) e Philip Glass (música). A trilogia se inicia com “Koyaanisqatsi” (1983. Segundo Reggio, “lida com aspectos da indústria tecnológica hipercinética do Hemisfério Norte”), “Powaaqatsi” (1988, “lida com culturas de moralidade, de tradição e da existência artesanal - culturas da simplicidade no Hemisfério Sul”) e “Naqoyqatsi” (2002, “lida com o momento globalizante que vivemos”) para uma experiência com esses filmes, acesse: <http://movies.yahoo.com/shop?d=hv&cf=trailer&id=1808408020> (último acesso: 26/09/07).

³¹ Filme de 1992, do Diretor Ron Fricke. Para mais informações, acesse: <http://www.imdb.com/title/tt0103767/> (último acesso: 26/09/07).

³² (Grifos nossos). Cf. a íntegra da entrevista, que embasa também as definições da nota 79, no sítio eletrônico: <http://www.zetafilmes.com.br/interview/reggio.asp?pag=reggio> (último acesso: 26/09/07).

Outros dois exemplos de filmes que contém cenas mais duradouras que permitem certas “simbolizações para além das imagens” podendo ser enquadrados nesse “movimento *Slow-Image*”, são “Reencarnação” (“Birth”, de Jonathan Glazer, 2005)³³ e “Caché” (de Michel Haneke, 2005).³⁴

Já na área do jornalismo, tanto o fotográfico como nas transmissões *ao vivo* de eventos, a análise torna-se correlata, pois se identifica hoje buscas por uma revalorização do aspecto político da imagem, o que de certa forma relaciona-se com o próprio caráter político do movimento “Slow-Food”, pois atos pela sustentabilidade do meio-ambiente e da saúde pessoal não deixam de ter uma conotação de cuidado para com o bem-estar e o patrimônio público mundiais (Galard, 2005:197-216).

Esse tipo de crítica também se direciona contra a enxurrada de imagens e a busca constante pelas transmissões em “tempo real” que pretendem gerar no espectador a sensação de testemunho direto e instantâneo da realidade, pois a valorização dessas características no jornalismo enfraquece necessariamente a força estética e política das imagens. Reitera-se novamente a premissa falsa de que o olhar através da câmera é um olhar *i*-mediato e deixa-se de valorizar as múltiplas possibilidades semânticas da fotografia e da filmagem quando vistas como *representações* não isentas, ou *atos interpretativos* (Galard, 2005:214).

Tratando mais especificamente de imagens de guerras, notoriamente importantes nos próprios desdobramentos das mesmas em termos de mobilização da opinião pública - como a foto feita por Nick Ut de uma menina correndo nua numa estrada após um bombardeio em Nepal (1972)³⁵, as fotos dos caixões de soldados americanos vindos da última intervenção no Iraque³⁶ ou mesmo as filmagens das torturas a presos em Abu Ghraid³⁷ -, o professor de estética na França e ex-diretor do Serviço Cultural do museu do Louvre, Jean Galard, citando Susan Sontag (2003), ainda chama a atenção para a atual diminuição da capacidade da mídia de gerar movimentos de repúdio e ativismo político na sociedade civil:

³³ Deste filme, apesar de suas diversas críticas negativas, há cenas esteticamente interessantes aos argumentos deste trabalho, especialmente a inicial, com um homem correndo na neve, que dura alguns minutos, e numa cena em que a personagem interpretada por Nicole Kidman entra num concerto e a câmera focaliza seu rosto por diversos minutos, revelando sua angústia, porém permitindo um “espaço temporal” em que o espectador naturalmente relacione-se com “elementos não aparentes” da imagem. Para um trailer do filme, que justamente “encurta” essas duas cenas, acesse: <http://tvuol.uol.com.br/cinema/trailers/2004/11/08/ult2489u148.jhtm> (último acesso: 26/09/07).

³⁴ Este filme, com diversas críticas *positivas*, traz um estilo minimalista e trabalha com imagens mais lentas, aumentando a tensão da narrativa e questionamentos dos espectadores. Além disso, tem um desfecho incerto, abrindo espaço para um maior “diálogo” com o espectador. Para uma crítica deste interessante filme, que trata também tematicamente de um mundo “imagético”, no qual o muito que se mostra é o pouco que se deixa transparecer do que é escondido e obscurecido, acesse: <http://www.zetafilmes.com.br/criticas/cache.asp?pag=cache> (último acesso: 26/09/07).

³⁵ Veja uma cópia da foto em http://openlearn.open.ac.uk/file.php/1297/DD100_6005i.jpg (último acesso: 29/09/07).

³⁶ Para ver foto e artigo da revista ISTOÉ a respeito do tema, acesse http://images.google.com.br/imgres?imgurl=http://www.terra.com.br/istoedinheiro/349/fotos/artigo_02.jpg&imgrefurl=http://www.terra.com.br/istoedinheiro/349/economia/349_mortos_midia.htm&h=200&w=130&sz=11&hl=pt-BR&start=40&um=1&tbnid=Py4L2uBZLRz4sM:&tbnh=104&tbnw=68&prev=/images%3Fq%3Dcaixoes%2Bsoldados%2Bamericanos%2Bretornando%2Bdo%2Biraque%26start%3D20%26ndsp%3D20%26svnum%3D10%26um%3D1%26hl%3Dpt-BR%26client%3Dfirefox-a%26rls%3Dorg.mozilla:en-US:official%26sa%3DN (último acesso: 29/09/07).

³⁷ Uma das fotos divulgadas do evento pode ser acessada em http://www.informationclearinghouse.info/images_us/DOG2L.gif (último acesso: 29/09/07).

“(…) o número de fotos que chocam cresceu consideravelmente, seu efeito pôde se amainar com o tempo, *o fluxo das imagens televisivas anestesiou nossos sentimentos*. Sobretudo, e esse é o argumento de Susan Sontag, *a foto de uma cena de horror corre o risco de não significar nada além de um horror generalizado da guerra, o que equivale a descartar a história singular do país em que ocorreu, a levar ao desinteresse por ele, a não se ver ali senão a guerra genérica, o escândalo eterno, ou seja, na verdade, a não se ver nada.*” (Galard, 2005:206-207).

Como efeitos desse fenômeno de *desconsideração* do caráter artístico da obra jornalística, tanto pelo jornalista como pelo leitor ou espectador, há a diminuição da capacidade da imagem provocar e gerar memorização, reflexão e mobilização do público, deixando de ser uma *arma política* para pretensamente se tornar mero testemunho neutro da realidade. Portanto, uma revitalização de aspecto artístico, autoral e provocativo da imagem exigiria justamente atitudes *opostas* à velocidade e à imediaticidade. Nas palavras de Galard:

“Com uma concepção tão deliberadamente artística e estética da fotografia, *encontramos no oposto do ideal de uma transmissão direta, “ao vivo”, da realidade. Estamos no regime do retransmitido, da demora*. Esta, finalmente, *não seria a função mais honesta da fotografia?* As imagens não testemunham. Valem pela emoção que provocam, como obras. Não valem como provas.” (grifos nossos) (Galard, 2005:214-215).

Logicamente, não há como negar a importância das transmissões ao vivo, especialmente de conflitos, pois passam cada vez mais a incorporá-los, a ponto de Paul Virilio dizer em entrevista ao jornal Folha de S.Paulo (FSP, 06/04/03, caderno Mundo) que hoje em dia importa tanto quanto ou mais que o conflito real, a “percepção” que se tem dele. Não importa mais quem está vencendo a batalha “real”, mas quem pode “fazer parecer” que está vencendo, e por isso também os primeiros alvos militares em conflitos são as redes de televisão e comunicação inimigas.

Com isso, percebe-se que há, sim, uma preocupação com a mobilização da opinião pública mundial, e que, portanto, ela revela um potencial considerável de transformação da realidade pela participação política e o ativismo. Mas ao mesmo tempo, sua susceptibilidade à manipulação pela incapacidade de estruturação de focos de crítica, avaliação e tomadas de posição, especialmente em função da enxurrada de imagens e de suas possibilidades de falseamento (como reveladas na encenação da derrubada da estátua de Saddam Hussein no dia 09 de abril de 2003 e do resgate do soldado Jéssica Lynch, no dia 1º de abril [!])

também de 2003), tornam-na ainda muito mais um instrumento de manobra do que um corpo político crítico e consciente das limitações e das parcialidades da comunicação de massa atual.

Com isso, essas formas de exigência dos receptores para influenciar uma revalorização do aspecto estético e, portanto, plurisemântico e discursivo das imagens - o que requer, sim, uma certa diminuição da velocidade de sua circulação nos MCM -, levaria o espectador a se atrair, primeiramente, pela beleza da imagem, seja ela de guerra ou de paz, pois como diz Sebastião Salgado quando recebe críticas por um suposto “embelezamento” e conseqüente “banalização” da miséria com suas fotos: quer-se imprimir certa beleza ao sofrimento não pela compaixão que ela gera, mas para “forçar” o olhar, para tornar o momento inesquecível (Galard, 2005:214).

Mas além de treinar esteticamente o olhar, tendo a consciência do fato da imagem ser não só uma representação, também composta do que ela “não mostra”, o receptor poderia estimular uma espécie de “reflexão natural” sobre a imagem, aliviando o esforço mental que se exige quando se quer desfrutar uma obra não somente como um entretenimento fugaz, mas também sem que o uso do pensamento não fosse excessivamente trabalhoso.

A maior aproximação desse tipo de “reflexão natural” talvez tenha sido feita por Leonardo DaVinci, quando em seu *Tratado de Pintura* elege a visão como saber privilegiado; mas não a visão orgânica, e sim o que denomina “olhos do espírito”. Por isso diz que “a pintura é coisa mental”, e que as linhas visíveis de uma figura levam em direção a um centro virtual, que obriga o olho a pensar (Novaes, 2005:12).

3. Novos espaços digitais de comunicação emancipatória

Para tratar não só das formas e conteúdos imagéticos que os emissores devem trabalhar e os receptores exigir para estimular possibilidades das imagens gerarem, ao invés de mais dispersão, comodismo e alienação, um aumento do debate e da participação discursiva na comunicação de massa, as novas experiências de interatividade e inclusão no discurso da comunicação de massa por meio da internet merecem destaque.

Mas antes de adentrar propriamente na discussão dessas novas formas de interatividade, deve-se questionar se a comunicação via internet já pode ser considerada “comunicação de massa”, visto que os índices quantitativos e qualitativos da chamada “inclusão digital”, apesar de crescentes no mundo todo - até mesmo nos países da dita “periferia” da economia global -, ainda representam um fator de instabilidade dessa premissa.³⁸

³⁸ Se em dezembro de 1998, 3,67% da população mundial (150 milhões) tinha acesso à internet, em maio de 2002 esse número subiu para 9,5% (580,78 milhões). No Brasil, também em 2002, 7,74% (13,62 milhões de pessoas) tinham acesso à internet. Dados disponíveis no site www.nua.com.

Se tomada a definição apresentada por Marilena Chauí, influenciada por McLuhan (**A Galáxia de Gutenberg**, 1977) e Walter Benjamin (**A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**, 1978), a expressão “comunicação de massa” designa “objetos tecnológicos capazes e transmitir a mesma informação para um vasto público ou para a massa”. Para tanto, seriam necessárias formas de comunicação além da imprensa, como o rádio, o cinema e, posteriormente a fotografia e a televisão, bem como a capacidade de reprodução dos conteúdos em larga escala (Chauí, 2006:35-36).

Ora, a internet não deixa de ter esse potencial, posto que sua expansão tem sido comparada com o impacto da televisão nas comunicações (Bolaño, 2007), especialmente em termos de aumento da lucratividade de cada vez mais concentradas empresas de telecomunicação aliadas à empresas de produção de conteúdo audiovisual e de entretenimento.

Aliadas a esse poder da disseminação de conteúdos audiovisuais para a fidelização dos internautas, e utilizando-se da difícil distinção entre conteúdos de conhecimento e aqueles voltados para induzir o consumo (Bolaño, 2007), se as empresas internet (de provedores, empresas digitais, às de economia “material” que estendem suas possibilidades de crescimento pela rede) ainda não atingem de forma quase totalizante as massas, pelo menos seu modelo de desenvolvimento segue na esteira liberal monopolista e comercial, o que torna possível considerá-la um meio de comunicação *massificante*.

Como contraponto no interior dessa tendência - e razão pela qual se justifica uma análise das novas experiências de interatividade -, em termos de “economia política da comunicação”, deve-se ressaltar a importância de alternativas como o software livre para a inclusão digital, os crescentes “telecentros” e sua ampliação e qualificação como questões de serviço público estatal. Esses sinais emergentes dentro do modelo hegemônico permitem ainda a possibilidade de uma vazão de formas emancipatórias de comunicação pela internet.³⁹

Dadas essas cruciais questões sobre a importância fundamental das políticas de inclusão digital, da popularização do software livre e de formas de financiamento público para democratizar um uso qualitativo (educativo-discursivo) da internet, alguns aspectos das formas de interação comunicativa proporcionadas no interior da rede - especialmente pelos “Blogs”, os sites de relacionamento (“Orkut”, “My Space” entre outros), e os sites de veiculação de vídeos (como o popular e já controvertido “Youtube”) -, devem ser analisados para reforçar a via dos novos emissores de conteúdo massificantes no debate da qualificação discursiva das imagens na esfera pública.

³⁹ “A possibilidade de um modelo de financiamento capaz de garantir a universalização do acesso segundo uma perspectiva de serviço público é fundamental para uma verdadeira democratização das TIC, que até o momento efetivamente não ocorreu. Nesse sentido, a luta pelo software livre é importante, desde que não se perca de vista que a prioridade é construir um sistema massivo (e ainda mais massivo que aquele surgido da privatização da rede após 1995), promotor de uma inclusão digital entendida como parte e forma da inclusão social em sentido mais amplo”. (Bolaño e Mattos, 2004. grifos nossos).

3.1 Blogs

Quanto aos *blogs*, corre um debate se podem ou não ser considerados jornalismo “propriamente dito”. Porém, já que a própria definição de jornalismo é controvertida, este estudo limita-se a indicar que se estrutura atualmente um consenso gradativo de que, pelo menos, os *blogs* representam uma redistribuição da produção de informações por sujeitos independentes, pelo que, de certa forma, pode-se considerá-los, por não estarem diretamente vinculados a interesses econômicos e não emanarem dos centros tradicionais da mídia de massa, como sinais de práticas contra-hegemônicas de disseminação de informações e, conseqüentemente, mais um estímulo à reentrada num espaço comunicativo comum.⁴⁰

Um exemplo brasileiro do sucesso dos blogs como forma alternativa de recepção e emissão de informações com influência no debate público é o blog do jornalista Ricardo Noblat⁴¹, celebrizado por denunciar antes de qualquer outro meio de comunicação os escândalos do Governo Lula em 2005. No entanto, devido ao grande número de acessos após o fato, o *blog* começou a ser “subsidiado” pelo grupo Globo de mídia - o que revela também a importância dada tanto por agentes econômicos quanto políticos ao novo espaço -, mantendo ainda, porém, características de interatividade com leitores, hipertextualidade pela variedade de links que oferece e ainda assim uma maior independência ao jornalista.⁴²

Outro exemplo da importância política que os *blogs* têm adquirido nos últimos tempos é o atualíssimo relato da colunista Cecília Giannetti, da Folha de S.Paulo (Caderno Ilustrada, p. E2, 02/10/07), sobre as atividades do jornalista e “blogueiro” iraniano Hossein Derakhshan que, apesar de inúmeras perseguições do Estado iraniano, iniciou, já radicado no Canadá, uma espécie de “levante reformista na web”, estimulando diversos jovens conterrâneos a produzir conteúdos sobre suas insatisfações com o regime de seu país, fazendo inclusive com que internautas brasileiros conhecessem visões alternativas às produzidas pela mídia estadunidense sobre o Irã.⁴³

Uma outra questão importante, e que faz a ligação da discussão sobre os *blogs* com os “sites de relacionamento” (tratados em seguida), é a variação do impacto político, econômico e cultural dos blogs em função da credibilidade e da confiabilidade que as pessoas detêm em relação aos blogueiros, já que normalmente os mais acessados e influentes na mobilização discursiva desse novo espaço entreaberto na

⁴⁰ Cf. Pereira, “Os blogs e o jornalismo: algumas reflexões”, in. Mídia e Política. Disponível em <http://www.midiaepolitica.unb.br/visualizar.php?id=236&autor=F%C3%A1bio%20Henrique%20Pereira> (último acesso: 02/10/07).

⁴¹ Este pode ser acessado em <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>

⁴² Para mais sobre o histórico por trás da popularização do blog do jornalista Ricardo Noblat, e questões referentes à capacidade de produção contra-hegemônica dos blogs, cf. (Escobar, 2006).

⁴³ Para acessar o blog de Derakhshan (aka Hoder), que segundo Cecília Giannetti estava fora do ar – o que a faz temer pela segurança do próprio *blogueiro*, já que o anonimato nesses sites é relativo – visite: <http://hoder.com/weblog>. (último acesso: 03/10/07).

comunicação midiática são *blogs* de jornalistas, estes já notórios *antes* de se tornarem também blogueiros.⁴⁴

Mas apesar dessa ligação entre impacto do *blog* e notoriedade “externa” do blogueiro ser lógica e verificável, ela não deixa de ser influenciada também pelo conteúdo das informações postadas pelos blogueiros, já que a credibilidade da suas opiniões não é uma conquista parada no tempo, mas se põe à prova a cada nova “postagem”.

Com isso, vem à tona uma pergunta fundamental para o entendimento dessas novas formas de interação na rede e suas potencialidades de produção de discursividade na comunicação midiática: que tipo de informações têm sido veiculadas pelos internautas não necessariamente jornalistas? Algumas breves reflexões sobre os sites de relacionamento e de compartilhamento de conhecimento podem ensaiar algumas respostas a essa questão.

3.2 Sites de relacionamento: o caso “Orkut”

O *site* de relacionamento mais popular do Brasil é o “Orkut”, criado por Orkut Büyükkökten, engenheiro turco da Google, em janeiro de 2004. As intenções para interagir nele variam de busca por encontro de amigos distantes, paqueras, participação em fóruns de discussão e até oportunidades profissionais.

Atualmente com 55% dos 68.182.265 usuários no mundo todo que se declaram brasileiros⁴⁵, as razões pelas quais esse número espantoso de usuários advêm do Brasil são incertas, visto os índices de exclusão digital já citados no país. Porém, em função dessas condições, torna-se pelo menos possível presumir que há uma inclinação do brasileiro à comunicação inter-pessoal.

As proporções que o *site* tomou no país justificaram até mesmo um estudo do professor Arthur Matuck, da Escola de Comunicação e Artes da USP sobre o Orkut, sendo que este representaria o nascimento de uma espécie de “*extensão digital da identidade pessoal*” dos usuários, denominada por ele como “*cíbrido*”, um conceito elaborado a partir da fusão dos termos “cibernético” com “híbrido”.⁴⁶

Segundo o professor Matuck, em função da utilização do Orkut como ferramenta de comunicação inter-pessoal que oferece não só importância profissional e econômica ao usuário, mas também a possibilidade de uma “extensão de sua personalidade” - além de representar a tomada de um espaço coletivo e gratuito para o exercício da liberdade de expressão e comunicação -, no caso de um possível

⁴⁴ Essa é uma das conclusões do já citado trabalho de Escobar (2006) (v. nota n. 100).

⁴⁵ Dados retirados do site: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut> (último acesso: 04/10/07)

⁴⁶ Para mais sobre os estudos de quebra de unilateralidades e interatividade nas mídias digitais do prof. Matuck, cf. (Matuck, 2000).

fechamento ou até mesmo tentativa de cobrança pelo uso do site (como ocorreu momentaneamente entre os dias 28 e 29 de dezembro de 2006, causando receio nos usuários), seria possível uma grande mobilização pública para a exigência da manutenção do veículo e de sua gratuidade, em função dos mesmos direitos de comunicação mencionados.

No entanto, essa mobilização exigiria um grau de coordenação e interação entre os usuários capaz de gerar não só a formação de um foco político no interior da rede, como também fora dela, o que não parece acontecer, já que diversos são os casos de violações de direitos da personalidade, crimes de racismo, pedofilia⁴⁷, e até mesmo assassinato⁴⁸ que passam direta ou indiretamente pelo site. Além disso, muitos usuários deixam de utilizar o site em função dessas trocas de ofensas, problemas de invasão de privacidade entre outros conflitos inter-pessoais.

Com esses dados e fatos sobre o site, identifica-se que, apesar de seu caráter público, seus usuários ainda mantêm uma comunicação de características privadas, exteriorizando questões pessoais e até mesmo pulsões ou traumas psicológicos que, num ambiente público *real* (e não virtual), dificilmente fariam.

Assim, o que se identifica no caso do orkut, mas que pode ser possivelmente estendido a outros sites de relacionamento, é que, talvez em virtude de uma falta de experiência dos usuários com comunicações em espaços públicos digitais, e uma espécie de “desconhecimento inconsciente de seu caráter público”, ocorre um fenômeno de “*publicização do privado*” nesse espaço, impedindo seu uso de forma a gerar debates sobre problemas comuns a todos, sendo esta talvez uma das causas da dificuldade de formação de um foco às opiniões públicas convergentes a ponto de constituírem pontos de discursividade influentes na esfera pública, sugeridos por Habermas no início do estudo.

Diante desse quadro, as más experiências geradas a partir dessa publicização do privado na rede podem provocar um resultado totalmente indesejável aos interesses maiores deste trabalho: um esvaziamento das formas de interação comunicativa nesses novos espaços digitais, legitimando, por um lado, a tomada desses espaços para o aumento de anúncios publicitários, sendo a rede mais um lócus de estímulo ao consumismo; e por outro, o apoio a medidas rígidas de repressão e controle de conteúdos por políticas legislativas censórias e policiais.

O que se torna necessário para reverter essa tendência é, portanto, uma atitude de conscientização da publicidade do espaço e da necessidade de se tratar de temas comuns a todos, deixando as comunicações interpessoais para seus próprios meios. E essa atitude há de promover outra, extremamente saudável para o próprio reforço à formação desse foco de discursividade esperado: o exercício da liberdade de expressão e

⁴⁷ Para mais informações sobre esse tipo de violação visite: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut> (último acesso: 04/10/07).

⁴⁸ Sobre caso de mulher assassinada por jovem que conheceu no orkut, cf. <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u132408.shtml> (último acesso: 04/10/07).

comunicação num ambiente auto-regulado pelos próprios usuários do espaço, algo de forma alguma impossível, como ficará demonstrado abaixo na questão dos sites de veiculação de vídeos.

3.3 O fenômeno YouTube

Para finalizar essa análise dos novos espaços de possibilidades de comunicação emancipatória digitais, e ciente da impossibilidade de contemplar a maioria deles espalhados pela rede mundial neste estudo, algumas reflexões sobre o site de veiculação de vídeos YouTube podem tornar claras as reais possibilidades de liberação estrutural de uma comunicação de massa emancipatória quando esses espaços são utilizados de forma discursiva e autoregulada.

O *YouTube* foi criado em fevereiro de 2005 e tem cerca de 35 milhões de visitantes por mês, tendo sido comprado pela *Google* por 1,65 bilhões de dólares, apesar de dois anos antes ser cotado por no máximo dois milhões de dólares. Diariamente publica-se nele em torno de 65 mil novos vídeos *sem censura prévia*.

Segundo sua página na *Wikipedia* - outro site interessante aos objetivos deste trabalho, visto que opera como uma enciclopédia compartilhada e diariamente realimentada por seus usuários, mas cujas especificidades não serão aqui abordadas -, o *YouTube* conta com um grupo de vinte empregados, sendo quatro deles estagiários da Universidade de Stanford (Califórnia, EUA), trabalhando como censores de material que é denunciado como “questionável” por seus próprios usuários.⁴⁹ Essa forma de censura à posteriori pode ser vista como um exemplo de auto-regulação de um espaço público digital, como já dito, prática saudável para a estruturação de um foco discursivo capaz de liberar potenciais de comunicação emancipatória na rede.

De fato, o *YouTube* tem sido visto como provocador de “mudanças radicais nos padrões de vídeo jornalístico na imprensa mundial”, por abrir um espaço à possibilidade de uma comunicação visual massificante por amadores, capazes até mesmo de denunciar e incomodar governantes e governos ao postarem desvios político-morais em escala global. Até mesmo especialistas da ONU já citam o *YouTube* como um freio a práticas de violações de direitos humanos em diversos países, revelando uma tendência a uma postura vigilante da sociedade civil que inicia uma retomada crítica do espaço público comunicacional por meios digitais.⁵⁰

Segundo afirmou em 22/06/07 o jornalista Carlos Castilho em artigo no *site* do “Observatório da Imprensa”, o *YouTube* foi comparado pelo jornal *Los Angeles Times* à revolução televisiva provocada pelo

⁴⁹ Para mais informações sobre o YouTube, visite: <http://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube> (último acesso: 04/10/07).

⁵⁰ Esta afirmação foi feita pelo cientista político Paulo Sérgio Pinheiro, Conselheiro Independente da ONU, na condição de Assistente do secretário-geral das Nações Unidas para o estudo da violência contra crianças e reeleito em 05 de junho deste ano para integrar a Comissão Interamericana de Direitos Humanos, com mandato de 2008-2011, em seminário realizado em 16/08/07 no Núcleo de Estudos da Violência da USP, do qual é um dos co-fundadores e coordenadores.

surgimento da CNN no anos 90, primeiro canal de televisão baseado somente em informações e notícias. A revista *Time* (edição de novembro de 2006) o considerou a invenção do ano, por entre outros motivos “criar uma nova forma para milhões de pessoas se entreterem, se educarem e se chocarem de uma maneira como nunca foi vista”.⁵¹

Ainda segundo Castilho, além de gerar uma receita publicitária crescente à Google, o YouTube tem até mesmo quebrado o monopólio das TVs no que diz respeito à cobertura de eventos mundiais e aos controles governamentais e multinacionais sobre os conteúdos e os formatos das comunicações públicas atuais. De vídeos dos problemas das intervenções no Iraque, divulgação não controlada de conteúdos protegidos por direitos autorais, a exposições da privacidade de celebridades, o Youtube tem gerado diversos debates também na área da propriedade intelectual e dos direitos da personalidade, os quais parecem ter de ser revisados tanto na questão do controle e fiscalização, como até mesmo em termos de sua garantia e eficácia no plano jurídico.

Mas tratando do específico tema proposto neste trabalho, pode-se dizer que o YouTube representa a mais evidente fissura nas unilateralidades da comunicação de massa para a liberação de seus potenciais emancipatórios, identificados por Habermas ainda nos anos oitenta, e provando que suas idealizações de uma “democracia televisiva”, no plano da linguagem atual – esta que, como já demonstrado, é a imagem -, podem realmente ser mais do que meras “utopias anarquistas”.

O *peso político do YouTube* pode claramente ser avaliado pelo impacto de um vídeo-manifesto contra a candidatura de Hillary Clinton⁵² à presidência dos EUA, cujo conteúdo que aludia à obra “1984”, de George Orwell, teve, até o dia 04/10/07, o número de 3,755,500 acessos. A mídia estadunidense divulgou o fato por receio de ficar atrás na corrida pelo furo jornalístico, mas também se preocupou por dar ainda maior exposição ao vídeo.

Com isso, até mesmo as candidaturas das próximas eleições no Brasil tendem a utilizar o YouTube como forma de propaganda, o que ainda há de gerar um intenso debate, mas este agora terá a própria capacidade de auto-regulação de seus usuários como possível crivo crítico a interferir de forma *deliberativa* na questão do uso político-partidário da mídia, algo impensado há poucos anos atrás.

Em função dessas novas práticas de uma espécie *jornalismo cidadão*, cada vez mais vigilante do espaço comum de comunicação, até mesmo os meios tradicionais de comunicação de massa têm aberto maior espaço para seus receptores produzirem *conteúdo*, numa abertura, ainda que controlada, para maior *dialogicidade nos MCM*.

⁵¹ Informação obtida no site: <http://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube> (acesso: 04/10/2007).

⁵² Acesse o vídeo, de autoria de “BarackObama.com”, em <http://www.youtube.com/watch?v=6h3G-IMZxjo> (último acesso: 04/10/07).

No entanto, outro fato inusitado pode ainda trazer à tona a questão de se o YouTube ou outros sites de “produção visual democrática” podem realmente representar a formação de um foco discursivo de peso nos debates públicos, o que nos outros novos espaços analisados ainda demonstrou-se difícil, pelo próprio formato dos sites, mas também pela tendência de *publicização do privado* já tratada no tópico sobre os *sites* de relacionamento. O fato é que, um outro vídeo com Hillary Clinton discursando, ou seja, discutindo, quer queira quer não, *temas públicos*, quando veiculado, teve 15 mil acessos num período, enquanto que outro vídeo que a captou por acaso cantando de forma desafinada o hino nacional dos EUA num evento público⁵³ foi acessado no mesmo período 1,1 milhão de vezes.

Ou seja, não deixa de haver uma espécie de *predileção pelo cômico, o inusitado e o entretenimento em oposição ao público, ao comum, à problematização*, o que traz ainda uma pergunta de fundo que permeou todas essas análises das novas possibilidades de comunicação discursiva pública digital: mesmo com novas aberturas para uma reentrada ao debate público, será que os cidadãos, ao adentrarem-na, o farão de forma a requalificar o debate público, ou essa tendência será mais uma forma de reforçar o fenômeno de *publicização do privado*, como tem sido demonstrado nessas primeiras experiências?

Sem meios para reverter esse quadro, que se revela cada vez mais de ordem não só econômica, mas também *psico-política*, especialmente em função do enraizamento de dois séculos de uma cultura liberal, individualista e tecnicista, somada a um modo de produção cada vez mais exigente e excludente que esvazia os cidadãos do espaço político e da própria prática política (Habermas, 2006:70-71), a retomada desse espaço público não trará uma radicalização qualitativa da democracia e a conseqüente diminuição das desigualdades sócio-econômicas e políticas esperadas pelos crentes na comunicação pública participativa como meio de transformação social.

Referências Bibliográficas

ARENDT, H. **As Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

BARROS FILHO, C. MARTINO, M. S. **O Habitus na Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

BENJAMIN, W. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. 2^a ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BITTAR, E. “A Discussão do Conceito de Direito: Uma Reavaliação a Partir do Pensamento Habermasiano”. In. **Boletim da Universidade de Coimbra**, Vol. LXXXI, 2005(a).
_____. **O Direito na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

⁵³ Para ver o vídeo citado, cf. http://www.youtube.com/watch?v=bfZ_gXCHaMw&mode=related&search= (último acesso: 04/10/07).

BLOTTA, V. “Cidadania e direito: o problema da apatia política”, 2006. In. **Seção de artigos do site da Associação Nacional dos Direitos Humanos, Pesquisa e Pós-graduação**. Disponível em <www.andhep.org.br>.

_____. “11 de Setembro: Mídia, Política e Exceção”, 2005. In. **Anais do I Colóquio sobre Direito, Estado e Terror. Núcleo de Estudos Estratégicos da UNICAMP**. Disponível em http://www.direst.net/pub_eventosIcoloquiodireitoestado.php. (último acesso em: 06/10/07).

BLOTTA, V., QUIRINO, B. “Do Outro Lado do Apagão Aéreo: a responsabilidade da grande mídia na violência contra rádios de baixa potência”. In. *Revista de Direito – PUC-Campinas*, 2008, pp. 01-18.

BLOTTA, V., MATTOS, F. “Mídia, Política e Controle Social da Informação”. In. *Revista Perspectiva Latinoamericana*. N. 2. março/julho, 2008. (disponível em <http://www.perspectivalatina.com.ar/>. Último acesso em 19/04/2008).

BOLAÑO, C. (coord), **Economia política da internet**, Editora UFS, 2007.

_____. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, C. MATTOS, F. “Conhecimento e Informação na atual Reestruturação Produtiva: para uma crítica das teorias da Gestão do Conhecimento”. In. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação - v.5 n.3 jun/04*. Disponível em: http://www.dgz.org.br/jun04/F_I_art.htm (último acesso: 02/10/07)

BUCCI, E. KEHL, M. R., **Videologias: Ensaios sobre a Televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

CHAUÍ, M. **Simulacro e Poder: Uma Análise da Mídia**. Perseu Abramo: São Paulo, 2006.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Contra-Tempo, 1997.

DUARTE, R. FIGUEIREDO (orgs.), **Luzes da Arte**. Belo Horizonte: Opera Prima, 1999, pp. 193-204.

ESCOBAR. “Blog do noblat e escândalo midiático: jornalismo sob novas bases”. In. **UNirevista**, vol.1, n. 3, (julho 2006). Disponível em http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Escobar.pdf (último acesso: 02/10/07).

FROMM, E. **Ser ou Ter?** São Paulo: Editora LTC, 1987.

GALARD, J. “A Guerra Ao Vivo”. In. Novaes (org.). **Muito Além do Espetáculo**. São Paulo: Senac, 2005, pp. 197-216.

GONÇALVES, G. S. “Panorama do Documentário no Brasil”. Disponível em http://doc.ubi.pt/01/artigo_gustavo_soranz_brasil.pdf (último acesso: 25/09/07).

HABERMAS, J. **A Constelação Pós-Nacional**. São Paulo: Littera Mundi, 2001.

_____. **Direito e Democracia: entre Facticidade e Validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. II vols, 1997; **Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory on Law and Democracy**. Massachusetts: MIT Press, 1996.

_____. **O discurso filosófico da modernidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. “O Caos da Esfera Pública”. Folha de S. Paulo. Caderno “Mais!”. 13/08/06. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs1308200605.htm> (último acesso: 06/10/07).

_____. **Técnica e Ciência como “Ideologia”**. Lisboa: Edições 70, 2006.

_____. **Teoría de la acción comunicativa**. II vols. Madrid: Taurus, 1987.

HARDT, M. NEGRI, A. **Empire**. Boston: Harvard, 2000.

HORKHEIMER, M. ADORNO, T. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1984.

KELLNER, “Kulturindustrie und Massenkommunikation. Die Kritische Theorie und ihre Folgen”, in. BONSS/HONNETH (1982).

KELLNER. “Network Television and American Society. Introduction to a Critical Theory of Television”, In. **Theory and Society**, 10, 1981.

_____. “TV, Ideology and Emancipatory Popular Culture”, **Socialist Review**, 45, 1979.

KEHL, M. R. “Televisão e Violência do Imaginário”, in. BUCCI, E. KEHL, M. R. **Videologias: ensaios sobre televisão**, 2005.

MATUCK. **O Potencial Dialógico da Televisão**. São Paulo: Anna Blume, 2000.

McLUHAN, M. **A Galáxia de Gutemberg**. 2ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

_____. “Visão, som e fúria”. In. Lima, L. C. (org). **Teorias da comunicação de massa**, 1978.

NEVES, M. **Entre Têmis e Leviatã: uma relação difícil**, São Paulo: Martins Fontes, 2006.

NOBRE, M. **A teoria crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

NOVAES, A.(org.). **Muito além do espetáculo**, São Paulo: Senac, 2005

OLIVEIRA, M. **Reviravolta lingüístico-pragmática na filosofia contemporânea**, São Paulo: Loyola. 2001.

PEREIRA, “Os blogs e o jornalismo: algumas reflexões”, in. **Mídia e Política**. Disponível em <http://www.midiaepolitica.unb.br/visualizar.php?id=236&autor=F%C3%A1bio%20Henrique%20Pereira> (último acesso: 02/10/07)

REPOLÊS, M. F. **Habermas e a desobediência civil**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

RODRIGUES, C. SOUZA, H. **Ética e Cidadania**. São Paulo: Ed. Moderna. 1994.

SCHWARTZ, G. “Princípios de Iconomia”. In. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Dezembro 2006.

SINGLEWOOD, **The myth of mass culture**. Londres, 1977.

SILVA. “Adorno e a crítica à indústria cultural: pessimismo ou atualidade?”. In:

SONTAG, S. **Olhando o sofrimento dos outros**. Lisboa: Gótica, 2003.

VILLAS BÔAS FILHO, O. **O Direito na teoria dos sistemas de Niklas Luhmann.** São Paulo: Max Limonad, 2006.

VOIROL, “Kulturindustrie als Missachtung. Zeitgenössische Perspektiven einer kritischen Theorie der medialen Kommunikation”. (disponível em: <http://www.ifs.uni-frankfurt.de/veranstaltungen/2007/voiro.html>). Último acesso: 26/09/07).