

## As mídias na contemporaneidade: teorias e paradigmas

Darlan Roberto Santos<sup>1</sup>

### Resumo:

O artigo apresenta, de forma sucinta, um panorama acerca de algumas das principais teorias da comunicação, desenvolvidas a partir das primeiras décadas do século XX. Além disso, pretende-se realizar uma análise de situações midiáticas que se processam na contemporaneidade, à luz de paradigmas que, historicamente, compõem os estudos sobre a comunicação de massa. O enfoque concentra-se, sobretudo, na supremacia das novas tecnologias em nossa era e na problematização de espaços mais democráticos nas mídias, capazes de abarcar diferentes visões de mundo.

**Palavras-chave:** Teorias da Comunicação; Estudos midiáticos; Pensamento comunicacional contemporâneo

### The media in contemporary: theories e paradigms

### Abstract:

This article briefly presents an overview of some of the main theories of communication, developed from the first decades of the twentieth century. Moreover, it is intended to analyze some media situations that occur in the contemporary world, in light of the paradigms that, historically, compose studies on mass communication. Our approach is concentrated in the supremacy of new technologies in our era and the problematization of more democratic spaces in the media, capable of use at different worldviews.

**Keywords:** Communication theories; Mediatic studies; Contemporary communicational thought

Artigo recebido em: 24/03/2017

Aceito em: 18/04/2017

<sup>1</sup> Pós-doutor em Literaturas Brasileiras pela PUC-MG, Doutor em Literatura Comparada pela UFMG. Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Federal de Juiz de Fora e mestre em Letras pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Docente nas áreas de Comunicação e Letras. E-mail: fenixdr@gmail.com.

## Introdução

Comunicação é um conceito bastante abrangente, polissêmico, que evoluiu, entre os séculos XIX e XX, da restrita referência ao conjunto de canais e meios de transporte para o de processo social de interação, chegando, enfim, ao que se entende na contemporaneidade, como “práticas, discursos e ideias instituídas à volta dos meios e técnicas de veiculação social de mensagens, das chamadas tecnologias maquinísticas de comunicação” (RÜDIGER, 2011, p. 09).

Apesar de sua inegável importância, a comunicação só tornou-se objetivo de reflexão estruturada no início do século XX. Desde então, diversos têm sido os paradigmas nos quais se baseiam pensadores das mais variadas áreas do saber, no intuito de compreender os mecanismos de comunicação que permeiam a sociedade e de que maneira os processos comunicacionais impactam sobre as coletividades.

Neste artigo, busca-se mesclar o resgate histórico dos estudos da comunicação à menção a alguns fenômenos e fatos sociais, que possam ilustrar o pensamento acerca do assunto – das primeiras décadas do século XX aos dias atuais. Ressaltamos, de antemão, que, dadas às limitações de espaço e ao caráter sucinto deste trabalho, será feita uma seleção daqueles que consideramos alguns dos principais paradigmas dos estudos da comunicação. Evidentemente, outros paradigmas que, porventura, tenham sido, também, essenciais, ficarão de fora destes escritos. Por este motivo – esclarecemos – o artigo não encerra o debate. Ao contrário, deve servir de estímulo para outros trabalhos mais abrangentes, que debruçam sobre o desafio de sistematização das pesquisas acerca da comunicação, fundamental para profissionais, estudantes desta seara e a população em geral, que, afinal, exerce papel crucial nos processos de emissão, recepção e compartilhamento de mensagens.

## Informação, interação e simbologias

Do ponto de vista epistemológico, pode-se considerar que a comunicação, dada à sua abrangência e caráter instrumental, não é uma ciência, mas um campo de estudo multidisciplinar. Seus métodos de análise não têm qualquer especificidade e foram sendo desenvolvidos pelos vários ramos do conhecimento, tais como: a filosofia, a história e a sociologia. Soma-se a esse constructo, o fato de as mídias – nas quais se torna possível a comunicação de massa – envolverem um conceito bastante amplo, agregando, por exemplo, publicidade, rádio, cinema, TV, jornal, música, quadrinhos, literatura e até mesmo a moda.

Diante de tamanha complexidade, revelada, sobretudo, a partir do século XX, com o advento de vários meios e tecnologias, cientistas de variadas áreas viram-

-se compelidos a estudar esse aspecto do desenvolvimento humano. Ao estudo das mídias, deu-se o nome de publicística. Entretanto, Rüdiger alerta: A publicística, o estudo da mídia, não é uma ciência, mas um conjunto de saberes, de natureza multidisciplinar, cujos métodos de análise não têm qualquer especificidade, foram desenvolvidos pelos diversos ramos do conhecimento. (RÜDIGER, 2011, p. 10)

Muitas destas veredas, como já citado, empenharam-se no entendimento do processo comunicativo e de suas ferramentas. Em diferentes lugares do planeta e, muitas vezes, concomitantemente, foram desenvolvidas teorias, como a Teoria Matemática da Comunicação, também chamada “Teoria da Informação”, levando em conta o processo de transmissão de mensagens de um emissor para um receptor. Segundo Wolf (1987), o chamado modelo de Claude Shannon e Warren Weaver, a partir de 1949, foi responsável pela deflagração de um ponto de vista segundo o qual a otimização da transmissão de sinais entre máquinas deveria ser uma meta primordial. Em contrapartida, deixava-se, em segundo plano, o contexto e o conteúdo da informação, como assinala Azevedo: “Não interessa em si o conteúdo dos sinais, nem principalmente o assunto a que tais sinais se referem, mas sim o campo estatisticamente construído pelos sinais transmitidos, e nesse campo fundamentalmente a quantidade da informação” (AZEVEDO, 1971, p. 111).

Assim, pode-se avaliar que a Teoria Matemática não tinha preocupação com a inserção social na comunicação. Ocupava-se, por outro lado, dos estudos acerca da acumulação do conhecimento em oposição à racionalização dessa acumulação. Araújo reitera:

O objeto de estudo, pois, é a transmissão de mensagens através de canais mecânicos, e o objetivo é medir a quantidade de informação passível de se transmitir por um canal evitando-se as distorções possíveis de ocorrer neste processo. (ARAÚJO, 2003, p. 122)

É interessante relacionar este modelo, que teve seu auge em meados do século XX e foi duramente colocado em xeque por volta de 1970, ao que atualmente poderia ser chamado de uma “neoteoria da informação”. Influenciada pelo pensamento cibernético<sup>2</sup> (engrandecido graças às diversas tecnologias desenvolvidas a partir do advento do computador e da internet), a teoria da informação vem sendo “revisitada” – evidentemente, em novas bases, como explica Rüdiger:

nos últimos anos, verifica-se cada vez mais que as tecnologias de comunicação parecem ter se tornado o principal fator para explicar o conjunto da cultura. A sociedade passou a ser vista como um conjunto de circuitos e canais, mantido pelas redes técnicas de informação, algo cuja ideia já havia sido pensada por Norbert Wiener (criador da Cibernética) nos anos 1940. Os atuais porta-vozes desse pensamento tecnológico sustentam que as telecomunica-

2 Segundo Norbert Wiener, a cibernética constitui-se de “um campo mais vasto que inclui não apenas o estudo da linguagem mas também o estudo das mensagens como meios de dirigir a maquinaria e a sociedade, o desenvolvimento de máquinas computadoradas e outros autômatos [...], certas reflexões acerca da psicologia e do sistema nervoso, e uma nova teoria conjetural do método científico”. (Wiener, 1984, p. 15).

ções e seus maquinismos estão provocando o surgimento de novas formas de interação, não se limitando a reduzir as barreiras de tempo e espaço que se lhes antepunham anteriormente. (RÜDIGER, 2011, p. 116)

Acatando-se tal análise, teríamos, então, uma sociabilidade pós-moderna na qual a comunicação social é um processo cada vez mais determinado pelos meios de comunicação, que não se resumem a meras ferramentas, tornando-se, outrossim, determinantes na (re)configuração das interações humanas.

De fato, quando se observam fenômenos sociais como os relacionamentos virtuais, o exercício do trabalho fora do ambiente laboral (graças a sistemas *on line*) e até mesmo a “geografia” dos grandes centros urbanos, nos quais os indivíduos exibem, nos mais distintos espaços públicos, seus celulares, *tablets* e outros equipamentos, tendemos a concordar com os postulantes dessa “neoteoria da informação”. As novas tecnologias, enfim, evoluíram de meros recursos maquímicos para definidores de modos de relacionamento, trabalho e lazer – questão que retomaremos mais adiante.

Continuando no delineamento de algumas das principais teorias da comunicação, ainda nas primeiras décadas do século passado, a Escola de Chicago foi responsável pelo embasamento do que se convencionou nomear de “interacionismo simbólico”. Entre os representantes dessa vertente, George Mead defendia a tese de que a sociedade não pode ser estudada fora dos processos de interação entre as pessoas, sendo constituída simbolicamente pela comunicação. Park e Sapir explicam que, mediante tal lógica: “A comunicação é um processo ou forma de interação que é interpessoal, isto é, social no sentido mais estreito do termo. O processo só se pode dizer completo a partir do momento em que resulta em alguma espécie de compreensão” (PARK, SAPIR, 1971, p. 63).

Contudo, a problematização estaria presente pelo fato de que a comunicação não somente propicia compreensão, mas, sobretudo, cria e sustenta hierarquias simbólicas, que (re)compõem a estrutura social. Como nos lembra Pierre Bordieu (1997), a “violência simbólica” pode ocorrer através da comunicação, quando, por meio de símbolos, como a palavra, indivíduos e até grupos sociais são colocados como “inferiores” ou “superiores”, estabelecendo-se tensões a partir do ato comunicacional.

Este é o aspecto que mais nos interessa no presente trabalho, ao transitarmos (brevemente) nos meandros do paradigma de Chicago. Adaptando-o aos nossos dias, lembramo-nos de determinadas atualizações do discurso social (repercutido pelas mídias), através das quais nomenclaturas são revistas, no sentido de se buscar, através da simbologia, a correção de equívocos históricos e a minimização de preconceitos sociais.

Assim, em diversas mídias, como publicidade, internet, rádio e TV, idosos passam a ser designados como integrantes da “melhor idade”; adolescentes infratores

passam a ser “menores em situação de risco”. Um fato que ilustra bem esse novo panorama ocorreu, em dezembro de 2012, com a então presidente Dilma Rousseff<sup>3</sup>. Ao discursar durante a 3ª Conferência Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência, em Brasília, Dilma foi vaiada, ao chamar pessoas com deficiência de “portadores de deficiência”. Ao se desculpar, a presidente alegou: “Eu entendo que vocês tenham esse problema, porque portador não é muito humano, não é? E pessoa é, então é um outro tratamento”<sup>4</sup>, retratou-se.

Já a presidente do Supremo Tribunal Federal, ministra Carmen Lúcia, foi responsável, em setembro de 2016, por uma declaração desastrada, a respeito da Operação Lava Jato, ao afirmar que os ministros não eram autistas. Acrescentou que a Corte teria, neste caso, o mesmo empenho que houve no julgamento do mensalão. O uso do termo gerou insatisfações, inclusive da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Poucas horas depois, a ministra reconsiderou: “Peço desculpas por isso e esclareço, ainda uma vez, que jamais tive a intenção de ofender ou de manifestar discriminação”<sup>5</sup>, afirmou, em nota.

Obviamente, os arranjos simbólicos, na contemporaneidade, também contam com o envolvimento de outras searas da sociedade, como as novas legislações, a educação e a política. Entretanto, é inegável o papel de destaque das mídias nessa conjectura, ao difundir reconfigurações semânticas e novos simbolismos – muitos, ainda em franca problematização.

Ao enfocarmos mais um paradigma da comunicação – o funcionalista – remetemo-nos, inicialmente, ao linguista Harold Lasswell, que, nas décadas de 1930 e 1940, desenvolveu pesquisas sobre os efeitos provocados nos receptores, pelas mensagens transmitidas pelos meios de comunicação de massa. Lasswell definiu analiticamente a estrutura e a função da comunicação social, através do esquema que leva em conta os seguintes elementos: Quem? Diz o que? Em que canal? Para quem? Com que efeito? (LASSWELL, 1971).

Tal modelo serviu (e ainda serve) de base para vários estudos, sob diversas perspectivas – desde as mais sombrias, como a “teoria da bala mágica” (segundo a qual os circuitos de interação social são estruturados pela ação do comunicador), até a tese de Paul Lazarsfeld, que, na década de 1950, concluiu que a comunicação social se estrutura como um fluxo de influência em duas etapas, contando com mediadores, chamados de “formadores de opinião”.

A esse respeito, entendemos que os chamados “formadores de opinião”, que, outrora, eram representados basicamente por membros influentes da comunidade e da família, na contemporaneidade, constituem-se, sobremaneira, de pessoas cuja visibilidade dá-se através da própria mídia. Celebidades – muitas delas, usufruindo

3 Ver mais em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2012/12/dilma-e-vaiada-ao-falar-portador-de-deficiencia-durante-conferencia.html>>. Acesso em 07 mar. 2017.

4 Idem

5 Ver mais em: <<http://jota.info/carmen-lucia-pede-desculpas-pelo-uso-termo-autista>>. Acesso em 20 mar. 2017.

de uma fama apenas passageira – ditam moda e repercutem assuntos que estão na “ordem do dia”, exercendo, em muitos casos, um papel que pode mostrar-se catastrófico, quando a “opinião” que se (de)forma por meio de tais “líderes” é embasada em preconceitos, intolerâncias e ideias anacrônicas.

Foi o que se viu com a infeliz declaração da cantora Joelma à Revista Época. Ao pronunciar-se contra o casamento gay, ela chegou a comparar homossexuais e drogados, sugerindo que, em ambos os casos, “a recuperação é difícil”. Embora seu comentário tenha sido rechaçado por muitos, houve também quem acatasse a posição da artista, fomentando a tensão que vem sendo amplamente divulgada nos noticiários, entre uma grande parcela da bancada evangélica no Congresso Nacional e segmentos da sociedade que lutam por direitos para as minorias sexuais<sup>6</sup>.

Situação similar ocorreu em maio de 2016, quando a apresentadora Patrícia Abravanel afirmou, durante participação no Programa Sílvio Santos, não ser contrária à homossexualidade, embora não considerasse normal a relação entre pessoas do mesmo sexo. Após grande repercussão em redes sociais, Patrícia reconsiderou: “Peço desculpa se ofendi alguém ontem no Jogo dos Pontinhos. Dei apenas minha opinião, mas fui mal interpretada. Sou a favor do amor do respeito e da tolerância. Mais uma vez peço desculpas”<sup>7</sup>.

## Da Indústria Cultural à “sociedade transparente”

Uma das mais importantes correntes do pensamento acerca da comunicação nasceu na Alemanha, mais precisamente, na Escola de Frankfurt, a partir da década de 1920. Célebres intelectuais, como Max Horkheimer, Theodor Adorno e Walter Benjamin – só para citar alguns deles – envolvidos no tenso contexto do período entreguerras, desenvolveram uma série de estudos que não se limitavam às mídias. No que tange à chamada “teoria crítica”, Rodrigo Vilalba (2006) ressalta que pensadores que, ainda hoje, utilizam tal terminologia, são, em maior ou menor grau, herdeiros dessa tradição.

Utilizando-se do conceito de indústria da cultura, os frankfurtianos entendiam que, graças à sistemática do capitalismo, a cultura era transformada em mercadoria e disseminada pelos meios de comunicação de massa.

Por muitas décadas e em diversas análises, o pensamento frankfurtiano foi caracterizado como “pessimista”, até que, em 1981, Habermas publicou sua *Teoria da ação comunicativa*. Nesta obra, o pensador alemão apresenta resultados de suas pesquisas e considera que o projeto de emancipação da vida humana das várias formas

6 Ver mais em: <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2013/03/31/interna\\_brasil,357664/joelma-do-calyppo-compara-gays-a-drogados-e-causa-polemica-na-internet.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2013/03/31/interna_brasil,357664/joelma-do-calyppo-compara-gays-a-drogados-e-causa-polemica-na-internet.shtml)>. Acesso em 17 mar. 2017.

7 Ver mais em <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/05/patricia-abravanel-e-acusada-de-homofobia-apos-declaracoes-na-tv.html>>. Acesso em 20 mar. 2017.

de alienação, proposto na modernidade, ainda não esgotou suas potencialidades, apesar de tantas experiências malogradas, ao longo do século XX.

Um “otimismo” que, certamente, vem influenciando teóricos contemporâneos, como o italiano Gianni Vattimo. Segundo o ensaísta, na atualidade, múltiplas mônadas irrompem o fluxo unilinear de relatos, predominante em outros tempos, construindo arranjos rizomáticos, redes de narrativas que se entrecruzam no cenário cultural de nossa era. A esse fenômeno, Vattimo (1989) chama de “sociedade transparente”, pela possibilidade de pluralização do discurso, graças aos diversos canais que se apresentam na sociedade midiática. O autor afirma:

a) que no nascimento de uma sociedade pós-moderna um papel determinante é desempenhado pelos *mas media*; b) que estes caracterizam esta sociedade não como uma sociedade mais «transparente», mais consciente de si, mais «iluminada», mas como uma sociedade mais complexa, até caótica; e por fim, c) que é precisamente nesse relativo «caos» que residem as nossas esperanças de emancipação. (VATTIMO, 1989, p. 10)

Para o filósofo, o contexto caótico também resultaria em uma visão diferenciada acerca da experiência – podendo, esta, “adquirir os aspectos da oscilação, do desenraizamento, do jogo” (VATTIMO, 1989, p. 65).

O sentido de redenção que Vattimo imprime aos meios de comunicação de massa representa uma “virada” surpreendente na visão que se tinha, originalmente, da Indústria Cultural, que, após quase 80 anos desde seu delineamento pelos frankfurtianos, parece adquirir maturidade como mecanismo da engrenagem capitalista, ao mesmo tempo em que tem seu papel definitivamente consolidado na sociedade.

Ao que parece, na medida em que a cultura de massa passa, de “indesejável reflexo” de uma época dominada pelo capital e pela diluição da arte, a inegável espaço de manifestação do homem pós-moderno, mesmo “apocalípticos” (para usar o termo de Umberto Eco) veem-se compelidos a conviver com o circo midiático que impera em nossa época, negociando com ele a manutenção de “espaços” que consigam desgarrar-se de características nefastas, como a standardização dos gostos e a narcotização do público, elencados pelos teóricos alemães.

Um bom exemplo da possibilidade de uma simbiose entre intelectualidade e cultura de massa ocorre com a participação do antropólogo Hermano Vianna em programas da Rede Globo, em parceria com a apresentadora Regina Casé. A dupla, atualmente empenhada na produção do *Esquentando*, já realizou vários produtos televisivos (como *Minha periferia* (2006), *Minha periferia é o mundo* (2007) e *Vem com tudo* (2009), com temáticas semelhantes, sempre evidenciando minorias). Foi assim, por exemplo, com *Central da periferia* (2006), cujo objetivo já se encontrava expresso na nomenclatura: elevar sujeitos das periferias de cidades brasileiras à categoria de astros do programa, ressaltando suas mais variadas formas de expressão e peculiarida-

des, reveladas no linguajar, no vestuário, nos hábitos cotidianos e, principalmente, na música. Para o antropólogo, um objetivo, em especial, deveria ser cumprido; abrir espaços na mídia para múltiplas manifestações de massa:

Acho que é uma situação com a qual as pessoas estão se acostumando agora, esta possibilidade da existência de grandes fenômenos de massa fora da cultura de massa oficial. Era isso que nos impressionava muito: como estas músicas de massa estão fora da mídia oficial de massa? Então, havia um problema na relação da mídia de massa com a cultura de massa.<sup>8</sup>

O cerne dessa evidenciação está na possibilidade de democratização do discurso, potencializada pelos avanços tecnológicos e sua popularização. O que muito se aproxima da ideia de sociedade transparente, concatenada por Vattimo. Assim, paralelamente aos grandes circuitos midiáticos, representados pelos conglomerados de comunicação, gravadoras e editoras, estaria sendo estabelecida uma rede da “massa”, com destaque para a internet, fomentando a flexibilização dos discursos que permeiam a sociedade:

Porque tem uma nova realidade tecnológica onde a produção de discos é facilitada, assim como a distribuição, feita por camelôs. (...)Todas as pessoas nas favelas têm Orkut. As pessoas aprenderam noções de WEB 2.0, que são discutidas hoje, de uma forma que todas as iniciativas do governo de fazer inclusão digital não chegaram perto daquilo.<sup>9</sup>

É interessante avaliar a atuação de Vianna, em meio à “explosão” das mais variadas formas de expressão, de grupos distintos (como moradores de favelas e demais espaços periféricos, além das manifestações captadas nos centros das grandes cidades, como catalisadores de tipos humanos dos mais diversos). Trata-se de uma postura muito mais contemplativa do que, propriamente, reflexiva, na medida em que o principal interesse não está em “desvendar” ou “entender” a cultura do outro, mas, simplesmente, permitir que ela se processe, em suas nuances mais peculiares, sem a pretensão de torná-la adaptável a modelos hegemônicos ou elaborar teses que a coloquem como fenômeno extraordinário, peça de museu ou material de laboratório: “O *Central da periferia* não quer falar por esses ídolos e projetos periféricos, mas sim abrir espaço para amplificar as múltiplas vozes da periferia, para que elas converseem finalmente com o Brasil inteiro”<sup>10</sup>.

A verve de intelectual aflora em Hermano Vianna na maneira como ele conduz os projetos midiáticos, com a consciência de que não se trata de mero entretenimento ou “circo televisivo”. Embora, nos programas de TV, o antropólogo não tenha a intenção de teorizar acerca das culturas captadas pelo Brasil afora, por sua própria formação, ele tem consciência do que representam essas iniciativas de evidenciação,

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://www.reportersocial.com.br/entrevista.asp?id=123>>. Entrevista. Acesso em 19 mar. 2017.

<sup>9</sup> Idem

<sup>10</sup> Texto de Hermano Vianna, publicado pela TV Globo como anúncio em vários jornais brasileiros, no dia 08 e abril de 2006, data da estreia do programa *Central da Periferia*.

e busca compreender os caminhos que as culturas díspares percorrem na contemporaneidade. Em entrevistas e textos publicados em jornais e revistas, Vianna tem a oportunidade de expressar essa visão crítica sobre as periferias, que, segundo ele, não são mais dependentes do mediador tradicional:

Não tenho dúvida nenhuma: a novidade mais importante da cultura brasileira na última década foi o aparecimento da voz direta da periferia falando alto em todos os lugares do país. A periferia se cansou de esperar a oportunidade que nunca chegava, e que viria de fora, do centro. A periferia não precisa mais de intermediários (aqueles que sempre falavam em seu nome) para estabelecer conexões com o resto do Brasil e com o resto do mundo. Antes, os políticos diziam: “vamos levar cultura para a favela.” Agora é diferente: a favela responde: “Qualé, mané! O que não falta aqui é cultura! Olha só o que o mundo tem a aprender com a gente!”<sup>11</sup>

O antropólogo conclui sua análise destacando que as culturas periféricas, nas sociedades urbanas, têm buscado canais de expressão, sem esperar pelas pontes outrora edificadas ao “bel prazer” do *establishment*, através de instituições com a Academia e os meios de comunicação tradicionais. Ele cita, como exemplos, a Fundação Casa Grande, de Nova Olinda (região do Cariri, interior do Ceará), com suas equipes de rádio e TV formadas por crianças e adolescentes; a ONG Altofalante, do Alto José do Pinho, Recife, com suas lições de rádio e hip hop; o Instituto Oyá, de Salvador e a Companhia Balé de Rua, de Uberlândia.

## O meio, a mensagem e o fetiche da tecnologia comunicacional

Não poderíamos concluir este breve estudo sem antes mencionar Marshall McLuhan. Morto em 1980, o canadense é reconhecido, por muitos, como o principal teórico da comunicação e “profeta da era eletrônica”. Fundamentou, por exemplo, a ideia de que as comunicações produzem um profundo impacto sobre as categorias sociais do tempo e do espaço, levando, desse modo, à modificação das relações existentes na sociedade. Em consonância com outros pesquisadores da Escola de Toronto (como Innis e Havelock), McLuhan reafirma a centralidade da mídia, ressaltando que o importante não é o conteúdo da informação e, sim, a forma que ela assume. Sua célebre frase “o meio é a mensagem” pode, assim, ser entendida segundo a tese de que os conteúdos são sempre secundários em relação às amplas mudanças produzidas pelo surgimento de uma nova mídia na sociedade: “As transformações na maneira de perceber e vivenciar a realidade são a mensagem de cada mídia de comunicação” (RÜDIGER, 2011, p. 122).

Outro excerto fundamental da obra de McLuhan é a distinção de duas épocas marcantes, inauguradas por revoluções, na história da comunicação: a era gutenberguiana do impresso e a era eletrônica do audiovisual. Na referência a Johannes Gu-

<sup>11</sup> Idem

temberg, que aprimorou as técnicas da imprensa, no século XV, o teórico aponta a descoberta de um novo modo de conservar a memória, aumentando seu volume e liberdade de emprego, através dos impressos. A segunda era, por sua vez, seria marcada pelo modo revolucionário de socializar o conhecimento, permitindo o reforço dos laços entre as pessoas.

Segundo o pensamento de McLuhan, estaríamos, portanto, em um terceiro estágio, mescla dos anteriores, alcançado graças às mais avançadas tecnologias digitais, caracterizadas pela mobilidade, interatividade e multifuncionalidade? Esse processo (em franco andamento) seria, assim, responsável pelo estabelecimento de um espaço heterogêneo, no qual

A representação não é mais concebida como janela para o mundo mas, antes, como a própria abertura de janelas, já que a mídia não abre uma janela para o mundo, mas para outra mídia ou representação. A lógica dessa hipermediação multiplica os signos mediadores e, dessa forma, procura reproduzir a seu modo o rico *sensorium* da experiência humana. (BOLTER; GRÜSIN Apud RÜDIGER, 2011, p. 132)

Teria, então, o “fetiche da mercadoria”, apontado por Karl Marx, chegado às ferramentas de comunicação? Afinal, na pós-modernidade, elas passam a ocupar o espaço privilegiado de “vedete” do processo de transferência de mensagens e informações. Como reitera Rüdiger, “comunicar tornou-se sinônimo de empregar máquinas e utensílios tecnológicos” (RÜDIGER, 2011, p. 135), deixando-se a ação comunicativa e a qualidade da mensagem em segundo plano. É o que poderia, por exemplo, explicar o fascínio das novas gerações pelas novidades tecnológicas, celulares, videogames e *smarts*<sup>12</sup> em geral, ao mesmo tempo em que se observa, cada vez mais, a dificuldade dos jovens em codificar e decodificar mensagens, interpretar textos e utilizarem, de forma correta, os códigos linguísticos. Afinal, na contemporaneidade, acessa-se em abundância os canais de comunicação, através de uma infinidade de maravilhosas ferramentas – mas, em contrapartida, comunica-se (no sentido de possibilitar a compreensão mútua e o estabelecimento de relações humanas) cada vez menos.

## Considerações finais

Afora a tentativa de se realizar um breve estudo diacrônico, acerca das teorias da comunicação, o presente artigo nos traz duas visões sobre os processos comunicativos na contemporaneidade. A primeira delas, de cunho mais “otimista”, afina-se com o conceito de “sociedade transparente” de Gianni Vattimo, tomando os meios de comunicação como prováveis facilitadores da emergência de grupos, até então, negligenciados e abafados pelo *stablishment*. Advertimos, entretanto, que a visibilidade proporcionada pelos *mass media* pode ser problemática, já que é através dela que a

<sup>12</sup> Equipamentos *smarts*, como televisões, celulares e até câmeras fotográficas, caracterizam-se por oferecer diferentes níveis de conectividade, seja por meio da Internet, ou convergindo com outros aparelhos multimídia.

sociedade atual constrói sua visão de mundo e dos *outros* (algo que se afina, até certo ponto, com o já comentado “interacionismo simbólico”).

Como ressalta Ricardo Mendonça, a veracidade e a objetividade são quimeras difundidas como metas pelo jornalismo – e a mídia, em geral. Mesmo cientes de que a imparcialidade não passa de uma utopia, tais instituições alimentam sua crença. Em contrapartida, a confiança do leitor no jornal, e nas mensagens veiculadas pelos mais diversos meios de comunicação, conduz a um “pacto fiducionário” entre ambos: “É nesse pacto que o jornal [e as demais mídias] adquire um grande poder: a autorização para narrar o mundo ao público. Assim, os jornalistas [e demais profissionais da comunicação] acabam por usufruir de um certo discurso autorizado e legitimado”. (MENDONÇA, 2008, p. 30)

Portanto, a “sociedade transparente” anunciada por Vattimo, no âmbito das mídias, é capaz de conduzir subalternos à visibilidade, mas esse fato não é garantia de uma representação fidedigna de tais grupos. Por esta razão, estudos envolvendo comunicação e cultura, cidadania e ética são de fundamental importância na atualidade.

Paralela a essa visão acerca dos meios de comunicação na atualidade, tem-se o que poderíamos classificar como “retomada do pensamento cibernético” (obviamente, em bases distintas daquelas acatadas pela teoria da informação em meados do século XX, quando muitas inovações ainda não passavam de projetos ambiciosos, que mais se assemelhavam à ficção científica). O fato é que a ficção se cumpriu e a realidade contemporânea tornou-se campo fértil para o que nomeamos de “neoteoria da informação”, a qual sugere que as tecnologias de comunicação parecem ter se tornado o principal fator para explicar a cultura de nossa época.

Como assinalamos, o “maravilhoso mundo” da digitalidade, da hipertextualidade e da compactação de equipamentos e mensagens fez surgir novas formas de interação, reduziu barreiras de tempo e espaço. Entretanto, também gerou uma hipervalorização dos meios, ofuscando o real sentido da comunicação, que é, segundo Ciro Marcondes Filho, “criação de um ambiente comum em que os dois lados participam e extraem de sua participação algo novo, inesperado, que não estava em nenhum deles e que altera a estrutura anterior de ambos, apesar das diferenças individuais se manterem” (MARCONDES FILHO, 2008, p. 15-16). Nosso desafio, enquanto pesquisadores e agentes da comunicação, é o de fazer valer esse aspecto da comunicação: desafiador, transformador e, sobretudo, humano.

## Referências

ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In.: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga (Org). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2003.

AZEVEDO, Marcello Casado. **Teoria da informação**: fundamentos biológicos, físicos e matemáticos; relações com a cultura de massas. Petrópolis: Vozes, 1971.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 1997.

LASSWELL, Harold D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: EDUSP, 1971. p. 105-109.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação**. São Paulo, Paulus, 2008.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Identidade e representação: as marcas do fotojornalismo na tessitura da alteridade. In.: VAZ, Paulo Bernardo (Org). **Narrativas fotográficas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 17-57.

PARK, Robert; SAPIR, Edward. **Comunicação, Linguagem, Cultura**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP, 1971.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.

VATTIMO, Gianni. **A sociedade transparente**. Biblioteca de filosofia contemporânea. Trad. Carlos Aboim de Brito. Lisboa: Edições 70, 1989.

VILALBA, Rodrigo. **Teorias da comunicação: conceitos básicos**. São Paulo: Ática, 2006.

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos**. São Paulo: Cultrix, 1984.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.