



Ano 2 | # 02 | edição bimestral | março e abril de 2009

Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

Tradição e tecnologia na busca por visibilidade

LAHNI, Cláudia Regina; PINHEIRO, Marta de Araújo (Orgs). **Sociedade e comunicação: perspectivas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. 215 p. ISBN: 9788574782850

Jhonatan Mata¹

“*Sociedade e Comunicação: perspectivas contemporâneas*”² coloca em fértil diálogo dois eixos temáticos: “mídia e cultura” e “meios e tecnologia”. A sociedade, nesse contexto, é analisada sob o viés da comunicação e seu poder mediador em múltiplas esferas. Os textos aqui reunidos procuram estabelecer conexões entre a mídia “tradicional” pautada nas relações de pertencimento e identidade e a novas tecnologias, que trazem a possibilidade de se pensar a sociabilidade em redes.

Compartilhando com leitor desafios e análises que transitam do jornal impresso, televisão e rádio às teorias da comunicação, assessorias de imprensa e redes digitais, a obra apresenta resultados de pesquisas desenvolvidas no intrigante cenário da comunicação contemporânea, que reflete - e ao mesmo tempo é reflexo- da complexidade e fluidez das identidades atuais e suas transformações diante das interfaces digitais.

¹ Graduado em Comunicação Social pela UFJF. Mestrando do PPGCOM da UFJF.

² O livro abriga artigos elaborados pelos professores do PPGCOM /UFJF- Programa de Pós –Graduação em Comunicação- Mestrado da Universidade Federal de Juiz de Fora. A organização é de Cláudia Regina Lahni e Marta de Araújo Pinheiro. Lahni é professora do mestrado e da Faculdade de Comunicação da UFJF, jornalista pela PUC-Campinas, mestre e doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP). Araújo é professora do Mestrado em Comunicação da UFJF. A pesquisadora também é professora na ECO/UFRJ, onde fez Mestrado e Doutorado.

A primeira parte do livro, intitulada Comunicação e Identidades apresenta como foco de estudos a formação identitária, o interesse público, o direito à informação e exercício da cidadania, com textos subdivididos nos tópicos TV/Rádio e Revista/Jornal.

Na subdivisão Rádio e TV, temos a contribuição de Iluska Coutinho, com o artigo “Público, telejornalismo e identidade: uma reflexão sobre as esferas noticiosas e o destinatário da informação televisual”. A pesquisadora questiona o caráter público que é construído no discurso das emissoras e reforçado, prioritariamente, por seus telejornais.

Por meio da sistematização do conceito de público ao longo dos tempos, alicerçada principalmente em Arendt e Habermas, a professora organiza reflexões, para posterior aplicação ao seu ponto de análise: a relação entre público e telejornalismo.

Para Coutinho, a insatisfação em relação à qualidade da produção jornalística e o crescente desenvolvimento dos movimentos de crítica de mídia redobram a necessidade de atenção para a produção telejornalística, sobretudo no Brasil, país no qual “os telejornais se constituem atualmente como (um)a nova praça pública, onde significativa parcela da população celebra se não o único, ao menos o mais importante encontro cotidiano com informações de caráter jornalístico”(p.14).

No trabalho seguinte, “Televisão e formações identitárias no Brasil”, o professor Aluizio Ramos Trinta aborda a institucionalização de identidades e hábitos de consumo, mediada pelos meios de comunicação, com destaque especial para a televisão.

Na concepção de Ramos Trinta, existem mediadores privilegiados que são detentores de “poder simbólico” na mídia atual: apresentadores de telejornais e outros programas, animadores de auditório, além de autores e atores de novela. A telenovela ganha papel de destaque nesta análise, pela presença de personagens que incorporam valores e representações de identidades, “oferecendo a milhares de telespectadores uma fisionomia sensível e uma personalidade assimilável, em relação às quais se verificam fenômenos de identificação e projeção” (p.37).

O texto do pesquisador tem como referências fundamentais os estudos de Stuart Hall sobre a fluidez das identidades “pós- modernas” e de Walter Lipmann sobre o uso dos estereótipos no âmbito das representações sociais.

A importância da telenovela também é apontada por Cristina Brandão no artigo “Telenovela; identidade calcada na verossimilhança da narrativa”. Fenômeno de popularidade no país, a telenovela apresenta como características fundamentais a linguagem própria e a tentativa de acompanhar as mudanças sociais da nação.

Com base em obras de autores como Muniz Sodré-, que analisam a tênue linha divisória entre ficção e realidade e Bhabha com seus estudos sobre as “metáforas da nação”, Brandão aponta este tipo de produção como um dos principais fornecedores de “modelos de interpretação da realidade” (p.55)

A novela “Duas Caras”, trama das 21h da Rede Globo, que traz o ator negro Lázaro Ramos como protagonista, torna-se objeto empírico para análise desta verossimilhança narrativa.

Encerrando o subgrupo TV e Rádio, a professora Cláudia Lahni verifica o valor da comunicação para a cidadania dos jovens, no texto “Educomunicação e cidadania: um estudo sobre o rádio no Território de Oportunidades e identidade juvenil”. A oficina de rádio, que integra o projeto de extensão universitária “UFJF: Território de Oportunidades” tem como principal objetivo o desenvolvimento do senso crítico de jovens de escolas públicas de Juiz de Fora, a partir da produção, edição e difusão de notícias feitas por seus integrantes. As experiências com as turmas de jovens nos anos de 2006 e 2007 são privilegiadas neste artigo. Lahni trabalha aqui com os conceitos de comunicação comunitária, com ênfase nos estudos de Cicília Peruzzo sobre cidadania e direito à informação.

Na área “Revista e Jornal”, o professor e ator José Luiz Ribeiro apresenta o trabalho “Grande Hotel: a identidade na revista feminina”. Recheada de conselhos para as leitoras da década de 1950, a publicação era denominada “a mágica revista do amor”. Amor este, que, retomado na letra da canção de Paula Toller na década de 80 (“podia ter vivido um amor Grande Hotel”) remete igualmente ao amor romântico dos “anos dourados”, nos quais a mulher “ouve muito rádio, passeia em pracinhas ou cuida do lar, do marido e dos filhos”. (p.88).

Neste cenário, Ribeiro aponta, com base em Edgar Morin e sua análise sobre a cultura de massa, para a dominação dos valores masculinos neste período. Ele atenta ainda para

as modificações que viriam a seguir, com a pílula anticoncepcional e o ingresso feminino no mercado de trabalho conduzindo as mulheres ao poder- e, conseqüentemente- às redações.

No texto “Jornalismo e construção da identidade espírita: os enquadramentos sobre o médium Zé Arigó nos periódicos O Dia e Jornal do Brasil”, Paulo Roberto Figueira Leal aplica o conceito da mediação na relação entre um jornal impresso e um centro espírita. Para isso, o artigo utiliza o conceito de enquadramento de mídia, de Erving Goffman, onde as ênfases e inclusões são utilizadas para organizar os discursos. Adota-se, assim, a perspectiva de que o jornalismo não reproduz a realidade, mas sim a constrói e a representa a partir de filtros mediadores. Os termos media e médium teriam, na concepção do autor, um história comum no Brasil. O primeiro, por classificar a imprensa como mediadora entre os acontecimentos e o grande público. O segundo pelo papel do espiritismo, de pretender intermediar dois mundos: o dos vivos e o daqueles que já se foram.

A identidade religiosa socialmente construída, a relação entre imprensa e espiritismo e a aplicação destas discussões no recorte dos jornais anunciados levam a perceber posturas opostas destas publicações em relação ao fenômeno Arigó e ao próprio espiritismo num país que tem 2,3 milhões de espíritas - o maior grupo do mundo.

De modo semelhante, a relação entre profissionais da comunicação e da saúde parece beirar a oposição, de acordo com o texto de Boanerges Lopes. Em “Saúde, imprensa e sociedade: em busca do diálogo possível”, o professor alerta para a fragmentação realizada por jornais, revistas, rádios e tevês na cobertura da área de saúde.

A divulgação estaria, nesse sentido, se dispersando em diversas editorias, tomando emprestada do problemático sistema de saúde no Brasil, a falta de definição no momento de gerenciar recursos. A mediação consciente, proposta pela pesquisadora Cremilda Medina, aparece como recurso para uma mudança de mentalidade do próprio comunicador, do cientista e do “homem comum”, envolvidos neste processo.

Lopes chama atenção para a necessidade de se “repensar o coletivo, em que instituições que lidam com o saber e reflexões em seus espaços estabeleçam uma aproximação

definitiva com as organizações jornalísticas através de projetos concretos e não com complexas elucubrações delirantes”. (p.124).

A segunda parte desta obra é dedicada às Tecnologias da Comunicação. Nela, os estudiosos indagam, em seis textos, sobre as possibilidades de pensar a comunicação no contexto tecnológico, a sociabilidade na sociedade interligada em redes e a distinção entre comunicação, informação e conhecimento, além do cinema digital.

Francisco José Paoliello Pimenta e Potiguara Mendes da Silveira Jr. direcionam seus estudos para a área de Teorias da Comunicação.

No primeiro caso, Francisco Pimenta, no artigo “O e-mail, o verbal e a interatividade: perspectivas de um novo meio de comunicação” enfatiza o surgimento dos novos meios de comunicação, marcados por avançados sistemas de interatividade, instantaneidade, linguagens multicódigo e baixo custo. Neste ambiente, o e-mail figura como um sucesso de popularidade, tanto na sua aceção de correio eletrônico como no sentido de “comunidades virtuais”, através de *chats* e grupos de discussão. O objeto de estudo é analisado tanto sob a ótica da desconstrução do fonocentrismo de Derrida quanto pela vertente da semiótica de Peirce, que valoriza as relações icônicas. Pimenta adianta que a possibilidade de o e-mail atender ou não às demandas de espontaneidade do atual ambiente hipemídia provém mais da própria esfera prática da comunicação de massa e (muito) menos do desenvolvimento de conceitos.

Já Potiguara Mendes da Silveira Jr, em “Um fato midiático: o pornoerotismo do Caderno Rosa”, explora a hipótese de que a teoria da comunicação, marcada na atualidade pela aceleração tecnológica, depende de uma teoria geral dos vínculos. O vínculo, neste caso é tomado em acepção ampla: “desde aquilo que ata, liga ou aperta: nó, liame, elo até o que estabelece um relacionamento lógico ou de dependência (entre duas ou mais coisas ou pessoas)” (p.142).

O autor se apropria da criação de um fato midiático por Hilda Hilst através de seu “Caderno Rosa de Lori Lamby” para discutir os conceitos de in-diferenciação, vínculo absoluto, recalque e pedofilia. Hilst escreveu por quase cinquenta anos, tendo sido agraciada com os mais importantes prêmios literários do Brasil. Assuntos tidos como

socialmente controversos, como o lesbianismo e a homossexualidade, foram temas abordados pela autora em várias de suas obras.

Ciente de que escrevia bem, mas não era lida, ela decide escrever este livro pornográfico para que seu trabalho fosse consumido. Mendes aproveita o “fato” para analisar as fronteiras entre alta e baixa cultura, erotismo e pornografia, bem como a passagem desta última de item proibido e não oficialmente aceito a segmento de mercado igual a outros.

No subgrupo “Redes” da linha “Tecnologias da Comunicação, estão situadas as contribuições de Marta de Araújo Pinheiro, Carlos Pernisa Júnior, Bruno Fuser e Nilson Assunção Alvarenga.

Os desafios do campo teórico da comunicação diante do espaço informacional com seu excesso de estímulos é o tema do texto da pesquisadora Marta de Araújo Pinheiro. Em “Comunicação e Imersão: o problema da atenção”, a autora se indaga sobre o possível mapeamento cognitivo do ambiente de redes comunicacionais, onde contornos e limites não são mais nitidamente identificáveis. A hipótese levantada no artigo é que “uma nova forma de apreensão é construída na interface com as novas tecnologias da comunicação, pela qual padrões mentais passam a ser intercessores ao pressupor não um sujeito já dado e um campo sociotécnico separado no qual ele interagiria e sim práticas de subjetivação mediadas e mediadoras que devem ser esclarecidas em seus impasses. (p.158).

A informação também é foco do texto de Carlos Pernisa Júnior em “Comunicação, Informação e conhecimento”. Para o autor comunicação e informação não são conceitos sinônimos, já que se relacionam, respectivamente, com a relação entre as pessoas e a um conjunto de dados. A confusão se agiganta quando os dois conceitos passam a ser empregados como sinônimo de conhecimento.

O autor elucida as diferenças entre os três termos, a partir das reflexões de Leandro Konder sobre abundância das informações com a expansão dos meios de comunicação de massa. Walter Benjamin fornece referências para o estudo das trocas de informações- que no texto de Pernisa são chamadas de comunicação - vistas por ambos, como relação de consumo.

Pernisa reforça a necessidade de contextualização de dados, que isolados não se transformam em informação consistente. Nesta perspectiva, as pessoas não estariam fazendo uma seleção mais rigorosa daquilo que recebem como informação. Essa “postura imediatista e apressada das pessoas acaba colocando a cultura no mesmo plano dos bens de consumo, e tudo se torna uma relação de mercado”, na análise de Pernisa.

O professor Bruno Fuser oferece sua contribuição com o texto “Sociedade em rede: perspectivas de poder no espaço virtual”. O autor parte da premissa de que os novos espaços de sociabilidade, implementados no cotidiano particularmente com a difusão da internet, remetem a diferentes dimensões da prática política. Fuser se apropria do conceito de ciber-cidades assinalado por André Lemos. Estas passam a ser pensadas como formas emergentes do urbano, e, por meio do ciberespaço, restabeleceriam o espaço público desagregado durante a passagem da comunidade para a sociedade moderna.

No último artigo da coletânea, “Reflexos estéticos do cinema digital: o cinema como meio de comunicação e o impacto das tecnologias digitais”, o professor Nilson Assunção Alvarenga discute os conceitos de cinema- “tradicional” e digital. Passando por pontos de análise que incluem a democratização dos meios de produção, a perda do caráter fotográfico do cinema e seu diálogo com as outras mídias, o autor propõe uma espécie de “desaparecimento do cinema: sua transformação em novo meio para expressão de ideias e não um fim em si mesmo”(p.207)

As novas tecnologias digitais estariam, nesse caso, não apenas instaurando um novo cinema ou o “cinema digital,” como também impactando o próprio conceito de cinema como meio ou mídia específica.

