

JOHN B. THOMPSON

A MÍDIA E A MODERNIDADE

UMA TEORIA SOCIAL DA MÍDIA

5ª. Edição
2002

Em todas as sociedades os seres humanos se ocupam da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico. Desde as mais antigas formas de comunicação gestual e de uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos na tecnologia computacional, a produção, o armazenamento e a circulação de informação e conteúdo simbólico têm sido aspectos centrais da vida social. Mas com o desenvolvimento de uma variedade de instituições de comunicação a partir do século XV até os nossos dias, os processos de produção, armazenamento e circulação têm passado por significativas transformações. Estes processos foram alcançados por uma série de desenvolvimentos institucionais que são característicos da era moderna. Em virtude destes desenvolvimentos, as formas simbólicas foram produzidas e reproduzidas em escala sempre em expansão; tornaram-se mercadorias que podem ser compradas e vendidas no mercado; ficaram acessíveis aos indivíduos largamente dispersos no tempo e no espaço. De uma forma profunda e irreversível, o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno.

Neste capítulo começarei a explorar os contornos desta transformação pela análise de algumas das características da comunicação mediada. Irei desenvolver uma introdução à mídia que é fundamentalmente "cultural", isto é, preocupada tanto com o caráter significativo das formas simbólicas, quanto com a sua contextualização social. Por um lado, é importante sublinhar que os meios de comunicação têm uma dimensão simbólica irreduzível: eles se relacionam com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais que são significativos para os indivíduos que os produzem e os recebem. É fácil perder de vista esta dimensão simbólica e preocupar-se tão-somente com os aspectos técnicos dos meios de comunicação. Estes aspectos técnicos são certamente importantes, como veremos; não deveriam, porém, obscurecer o fato de que o desenvolvimento dos meios de comunicação é, em sentido fundamental, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si. Se "o homem é um animal suspenso em teias de significado que ele mesmo teceu", como Geertz uma vez observou, então os meios de comunicação são rodas de fiar no mundo moderno e, ao usar estes meios, os seres humanos fabricam teias de significação para si mesmos.

Por outro lado, é também importante enfatizar que a comunicação mediada é sempre um fenômeno social contextualizado: é sempre implantada em contextos sociais que se estruturam de diversas maneiras e que, por sua vez, produzem impacto na comunicação que

ocorre. Mais uma vez, é fácil perder de vista este aspecto. Uma vez que a comunicação é geralmente "fixada" num substrato material de algum tipo - palavras inscritas em papel, por exemplo, ou imagens gravadas em películas - é fácil focalizar o conteúdo simbólico das mensagens da mídia e ignorar a complexa mobilização das condições sociais que subjazem à produção e circulação destas mensagens. Esta é uma tendência que decididamente procurarei evitar. Sem negligenciar o conteúdo simbólico das mensagens da mídia, desenvolverei uma abordagem que privilegia a comunicação como parte integral de - e que não pode ser entendida sem - contextos mais amplos da vida social.

Na primeira seção deste capítulo esboçarei alguns dos aspectos de contextos sociais dentro dos quais, a comunicação em geral, e a comunicação mediada em particular, deveriam ser entendidas. Sobre este pano de fundo, analisarei algumas das características dos meios técnicos de comunicação (seção 2) e algumas das peculiaridades do que comumente se descreve como "comunicação de massa" (seção 3). A quarta seção se interessará pelas maneiras nas quais os meios de comunicação reordenam as relações de espaço e de tempo e alteram a nossa experiência delas. Na seção final do capítulo irei explorar, preliminarmente, as relações entre a comunicação mediada e os contextos sociais práticos, dentro dos quais tal comunicação é recebida e entendida.

Ação, poder e comunicação

Tornou-se lugar comum dizer que comunicação é uma forma de ação. Desde que Austin observou que proferir uma expressão é executar uma ação e não apenas relatar ou descrever um estado de coisas, nos tornamos sensíveis ao fato de que falar uma linguagem é uma atividade através da qual os indivíduos estabelecem e renovam as relações uns com os outros. Mas se comunicação é uma forma de ação, a análise da comunicação deve se basear, pelo menos em parte, na análise da ação e na consideração do seu caráter socialmente contextualizado. Austin e muitos dos subseqüentes teóricos dos atos de linguagem não conduziram o raciocínio nesta direção; por isso suas considerações sobre os atos da fala tendem a ser um tanto formais e abstratos, divorciados das verdadeiras circunstâncias nas quais os indivíduos usam a linguagem no dia-a-dia de suas vidas. Hoje nós podemos retomar a observação de Austin somente se desenvolvermos uma teoria social substantiva da ação e dos tipos de poder, recursos e instituições em que ele se baseia.

As considerações aqui desenvolvidas se sustentam na suposição de que os fenômenos sociais podem ser vistos como ações intencionais levadas a cabo em contexto sociais estruturados. A vida social é feita por indivíduos que perseguem fins e objetivos os mais variados. Assim fazendo, eles sempre agem dentro de um conjunto de circunstâncias previamente dadas que proporcionam a diferentes indivíduos

diferentes inclinações e oportunidades. Estes conjuntos de circunstâncias podem ser conceituados como "campos de interação", para usar um termo fertilmente desenvolvido por Pierre Bourdieu. Os indivíduos se situam em diferentes posições dentro destes campos, dependendo do tipo e da quantidade de recursos disponíveis para eles. Em alguns casos estas posições, quando institucionalizadas, adquirem uma certa estabilidade - isto é, tornam-se parte de um conjunto relativamente estável de regras, recursos e relações sociais. As instituições podem ser vistas como determinados conjuntos de regras, recursos e relações com certo grau de durabilidade no tempo e alguma extensão no espaço, e que se mantêm unidas com o propósito de alcançar alguns objetivos globais. As instituições definem a configuração dos campos de interação pré-existentes e, ao mesmo tempo, criam novas posições dentro deles, bem como novos conjuntos de trajetórias de vida para os indivíduos que os ocupam.

A posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou instituição é muito estreitamente ligada ao poder que ele ou ela possui. No sentido mais geral, poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências. No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhes são disponíveis; recursos são os meios que lhes possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses. Ao acumular recursos dos mais diversos tipos, os indivíduos podem aumentar seu poder - do mesmo modo que, por exemplo, um indivíduo pode controlar economias pessoais com a finalidade de compra uma propriedade. Há recursos controlados pessoalmente, e há também recursos acumulados dentro de organizações institucionais, que são bases importantes para o exercício do poder. Indivíduos que ocupam posições dominantes dentro de grandes instituições podem dispor de vastos recursos que os tornam capazes de tomar decisões e perseguir objetivos que têm conseqüências de longo alcance.

Entendido assim de modo genérico, o poder é um fenômeno social penetrante característico de diferentes tipos de ação e de encontro, desde as ações reconhecidamente políticas dos funcionários públicos até os encontros mais prosaicos entre indivíduos na rua. Se hoje comumente associamos poder à política, isto é, às ações de indivíduos agindo em nome do estado, isto é porque os estados se tornaram particularmente centros importantes de concentração do poder no mundo moderno. Mas a importância das instituições estatais não nos deveria ocultar o fato de que o poder manifestamente político é somente uma forma mais especializada de poder, e de que os indivíduos normalmente exercem poder em muitos contextos que pouco ou nada têm a ver com o estado. Assim fazendo, eles exprimem e ajudam a tornar relativamente estáveis as relações ou redes de poder e dominação entre os indivíduos, e entre grupos de indivíduos, que ocupam diferentes posições nos campos de interação.

É útil fazer uma distinção, de uma maneira geral, entre as diversas formas de poder. Seguindo Michael Mann e outros, procuro distinguir quatro tipos principais de poder - que chamarei de "econômico", "político", "coercitivo" e "simbólico". Estas distinções são de caráter essencialmente analítico. Elas refletem os diferentes tipos de atividades nas quais os seres humanos se ocupam, e os diversos tipos de recursos de que se servem no exercício do poder. Mas na realidade estas diferentes formas de poder comumente se sobrepõem de maneiras complexas e variadas. Uma instituição particular ou tipo de instituição pode fornecer a estrutura para a acumulação intensiva de um certo tipo de recurso, e daí uma base privilegiada para o exercício de uma certa forma de poder - da mesma forma que, por exemplo, uma empresa comercial de nossos dias serve de estrutura para a capitalização de recursos materiais que são a base privilegiada para o exercício do poder econômico. Estas instituições que proporcionam bases privilegiadas para o exercício de certas formas de poder, as chamarei de "instituições paradigmáticas". Mas também elas implicam uma mistura complexa de diferentes tipos de atividades, recursos e poder, ainda que direcionadas essencialmente para a acumulação de determinados recursos e o exercício de certa forma de poder.

O poder **econômico** provém da atividade humana produtiva, isto é, atividade relacionada com a provisão dos meios de subsistência através da extração da matéria-prima e de sua transformação em bens que podem ser consumidos ou trocados no mercado. A atividade produtiva implica o uso e a criação de vários tipos de recursos materiais e financeiros, que incluem matéria-prima, meios de produção (instrumentos, máquinas, terra, construções, etc.), produtos de consumo e capital financeiro (dinheiro, valores de bolsa, formas de crédito, etc.). Estes recursos podem ser acumulados por indivíduos e organizações com o objetivo de expandir sua atividade produtiva; e, ao fazê-lo, aumentam seu poder econômico. Em épocas remotas, a atividade produtiva era predominantemente agrária, e as instituições paradigmáticas do poder econômico eram tipicamente organizações de pequeno porte orientadas para a subsistência da exploração agrícola ou para a produção de pequenos excedentes destinados ao comércio. Com o desenvolvimento das sociedades modernas, as instituições paradigmáticas de poder econômico se tornaram maiores em porte e finalidade, de tipo mais variado, com processos de fabricação manufaturada e, subsequentemente, industrializada que assumiram uma importância fundamental.

O poder econômico pode ser distinguido do poder **político**, que deriva da atividade de coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de sua interação. Todas as organizações implicam algum grau de coordenação e de regulamentação, e por isso também um certo grau de poder político neste sentido. Mas nós podemos identificar uma gama de instituições que se dedicam essencialmente à coordenação e à regulamentação, e que desempenham estas atividades de uma maneira relativamente centralizada dentro de um território mais ou

menos circunscrito. Estas instituições abrangem o que geralmente é conhecido como o Estado - a instituição paradigmática do poder político. Historicamente houve muitas formas de estado, desde os tradicionais estados imperiais, passando pelas cidades-estado da idade clássica, até as modernas formas de Estado-nação. Todos os estados, ou instituições paraestatais, são essencialmente sistemas de autoridade. Implicam um complexo sistema de regras e procedimentos que autorizam certos indivíduos a agirem de determinadas maneiras. Em alguns casos estas regras e procedimentos são explicitamente codificados em forma de leis promulgadas por corporações soberanas e administradas por um sistema judicial.

Contudo, como Max Weber entre outros observou, a capacidade do estado de exercer a autoridade geralmente depende de sua capacidade de exercer duas formas relacionadas mas distintas de poder, que irei descrever como poder coercitivo e poder simbólico. Fundamentalmente o estado pode recorrer a várias formas de **coerção** - isto é, ao uso real ou sob ameaça da força física - para garantir o exercício do poder político, tanto com relação às ameaças ou invasões externas, quanto com relação à agitação ou desobediência interna. A autoridade do estado pode também se apoiar na difusão de formas simbólicas que procuram cultivar e sustentar a crença na legitimidade do poder político. Mas até que ponto as formas simbólicas particulares conseguem criar e sustentar a crença na legitimidade do poder? Até que ponto tais crenças são realmente compartilhadas pelos vários grupos e membros de uma população vassala, e até que ponto a partilha de tais crenças é necessária para o estável e efetivo exercício do poder político? Não há respostas simples e completas para estas questões e é a incerteza (entre outras coisas) que torna o uso político do poder simbólico uma aventura arriscada e sempre aberta.

Embora haja uma estreita conexão histórica e empírica entre o poder político e o poder coercitivo, é sensato distinguir analiticamente um do outro. O poder coercitivo implica o uso, ou a ameaça, da força física para subjugar ou conquistar um oponente. A força física se aplica de muitas maneiras, com diferentes graus de intensidade e diferentes resultados. Mas há uma fundamental ligação entre a coerção e a lesão física ou a morte: o uso da força física comporta o perigo de mutilar ou destruir o oponente. A força física não consiste simplesmente na força bruta humana. Ela pode ser aumentada pelo uso de armas e equipamentos, pelo treinamento e pelas táticas, pela inteligência e pelo planejamento, etc. Historicamente as instituições mais importantes acumuladoras de recursos deste tipo são as instituições militares, e a forma mais importante de poder coercitivo é o poder militar. É claro que o poder militar desempenhou um papel importante na formação dos processos sociais e históricos, tanto no passado quanto no presente. Ao longo da história os estados têm reservado uma parte significativa de suas atividades para o fortalecimento do poder militar, e para a obtenção - através das conquistas e dos saques, ou dos vários tipos de tributação - dos recursos materiais para

sustentar as instituições da força armada. Tradicionalmente o poder militar tem sido usado tanto para a defesa e a conquista externas, quanto para a pacificação e o controle internos. Nas sociedades modernas, entretanto, faz-se uma distinção mais precisa entre as instituições militares envolvidas essencialmente com a manutenção (ou expansão) dos limites territoriais do Estado-nação, e as várias organizações paramilitares (como a polícia) e instituições relacionadas (como as instituições carcerárias) que cuidam fundamentalmente da pacificação e do controle interno. Mas esta definição institucional não é absolutamente definitiva, e há muitos exemplos na história recente do uso do poder militar para reprimir agitações internas.

O quarto tipo de poder é **cultural ou simbólico**, que nasce na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. A atividade simbólica é característica fundamental da vida social, em igualdade de condições com a atividade produtiva, a coordenação dos indivíduos e a atividade coerciva. Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico. Assim fazendo, se servem de toda sorte de recursos que descreverei como "meios de informação e comunicação". Estes recursos incluem os meios técnicos de fixação e transmissão; as habilidades, competências e formas de conhecimento empregadas na produção, transmissão e recepção da informação e do conteúdo simbólico (que Bourdieu chama de "capital cultural"); e o prestígio acumulado, o reconhecimento e o respeito tributados a alguns produtores ou instituições ("capital simbólico"). Na produção de formas simbólicas, os indivíduos se servem destas e de outras fontes para realizar ações que possam intervir no curso dos acontecimentos com conseqüências as mais diversas. As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrever, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva. Usarei o termo "poder simbólico" para me referir a esta capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas.

Se a atividade simbólica é uma característica penetrante da vida social, há, entretanto, uma grande variedade de instituições que assumem um papel particular historicamente importante na acumulação dos meios de informação e de comunicação. Estas incluem instituições religiosas, que se dedicam essencialmente à produção e difusão de formas simbólicas associadas à salvação, aos valores espirituais e crenças transcendentais; instituições educacionais, que se ocupam com a transmissão de conteúdos simbólicos adquiridos (o conhecimento) e com o treinamento de habilidades e competências; e instituições da mídia, que se orientam para a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas no espaço e no

tempo. Estas e outras instituições culturais forneceram importantes bases para a acumulação dos meios de informação e comunicação, como também os recursos materiais e financeiros, e forjaram os meios com os quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e distribuídos pelo mundo social.

Tabela 1.1 Formas de poder

Formas de poder	Recursos	Instituições paradigmáticas
Poder econômico	Materiais e financeiros	Instituições econômicas (p.ex. empresas comerciais)
Poder político	Autoridade	Instituições políticas (p.ex. Estado)
Poder coercitivo (especialmente poder militar)	Força física e armada	Instituições coercitivas (especialmente militares, mas também a polícia, instituições carcerárias, etc.)
Poder simbólico	Meios de informação e comunicação	Instituições culturais (p.ex. a Igreja, escolas e universidades, as indústrias da mídia, etc.)

A tabela 1.1. resume as quatro formas de poder em relação aos recursos dos quais dependem tipicamente e as instituições paradigmáticas em que eles se concentram. Essa tipologia não quer ser uma classificação exaustiva das formas de poder e dos tipos de instituição. Além do que, como indiquei anteriormente, muitas ações, na prática, se valem de recursos os mais diversos, e muitas instituições fornecem verdadeiras bases para diferentes formas de poder: na sombria realidade da vida social, distinções raramente são definitivas. Não obstante, esta tipologia nos dá uma estrutura útil para analisar a organização social e suas transformações. E, como me comprometi a mostrar nos capítulos seguintes, ela pode ser efetivamente usada para analisar as transformações institucionais associadas ao surgimento das sociedades modernas.

Os usos dos meios de comunicação

Caracterizei a comunicação como um tipo distinto de atividade social que envolve produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos. Quero agora examinar mais detalhadamente alguns destes recursos. Começo considerando a natureza dos meios de comunicação e alguns dos usos a que eles se prestam. Passo depois a considerar algumas das habilidades, competências e formas de conhecimento que são pressupostas pelos meios de comunicação.

Na produção de formas simbólicas e na sua transmissão para os outros, os indivíduos geralmente empregam um meio técnico. O meio técnico é o substrato material das formas simbólicas, isto é, o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou o conteúdo simbólico é fixado e transmitido do produtor para o receptor. Todos os processos de intercâmbio simbólico envolvem um meio técnico de algum tipo. Mesmo o intercâmbio de afirmações lingüísticas face a face pressupõe alguns elementos materiais - laringe, cordas vocais, ondas de ar, ouvidos e tímpanos auditivos, etc. - em virtude dos quais os sons significativos são produzidos e recebidos. Mas a natureza do meio técnico pode variar grandemente de um tipo de produção simbólica (e intercâmbio) para outro, e as propriedades dos diferentes meios técnicos facilitam e circunscrevem os tipos de produção simbólica e de intercâmbio possíveis.

Nós podemos examinar melhor estas questões distinguindo vários aspectos gerais ou atributos dos meios técnicos. Um dos atributos é o que permite ao meio técnico um certo grau de fixação da forma simbólica, ou sua preservação em um meio que possui graus variáveis de durabilidade. No caso da conversação - tanto a conversação face a face quanto aquela transmitida por meios técnicos como alto-falante ou telefone - o grau de fixação pode ser muito baixo ou efetivamente inexistente; qualquer fixação neste caso vai depender da memória, mais do que de alguma propriedade distintiva do meio técnico como tal. Mas em outros casos, como a escrita em pergaminho ou papel, a escultura em madeira ou pedra, a pintura, a impressão, a filmagem, a gravação etc., pode haver um grau relativamente alto de fixação. O grau de fixação depende do meio específico utilizado - uma mensagem talhada numa pedra, por exemplo, terá mais duração do que uma outra escrita em pergaminho ou papel. E assim como diferentes meios permitem diferentes graus de fixação, assim também eles variam na medida em que nos permitem alterar ou revisar uma mensagem fixada. Uma mensagem escrita a lápis é mais susceptível à alteração do que uma escrita à tinta, e uma fala registrada em gravador é mais difícil de ser desmentida do que palavras trocadas no fluxo de uma interação do dia-a-dia.

Em virtude da capacidade de fixação, os meios técnicos podem armazenar informações ou conteúdo simbólico, e por isso são considerados como diferentes tipos de "mecanismos de armazenamento de informação", preparados, em diferentes graus, para preservar informações ou conteúdo simbólico e torná-los disponíveis para uso subsequente. Os meios técnicos, e as informações ou conteúdo simbólico neles armazenados, podem servir assim de fonte para o exercício de diferentes formas de poder. É muito provável que as primeiras formas de escrita - desenvolvidas pelos sumérios e pelos antigos egípcios em torno de 3000 a.C. - tenham sido usadas principalmente com a finalidade de registrar informações relevantes à posse de propriedades e administração do comércio. O desenvolvimento da atividade econômica em períodos históricos

posteriores, como no final da Idade Média e início da Europa moderna, dependeu crucialmente da disponibilidade de vários meios de anotação e de proteção da informação concernente à produção e ao intercâmbio de bens. Além disso, o exercício do poder pelas autoridades políticas e religiosas andou sempre estreitamente ligado à verificação e ao controle da informação e da comunicação, tipificado no papel dos escribas de eras mais remotas e das diversas agências - desde organizações encarregadas de compilar estatísticas oficiais aos funcionários de relações públicas - das nossas sociedades hodiernas. Um segundo atributo dos meios técnicos é o que lhes permite um certo grau de reprodução. Por "reprodução" entendo a capacidade de multiplicar as cópias de uma forma simbólica. Alguns meios técnicos, como os entalhes em pedra, dificilmente se podem reproduzir. O desenvolvimento dos sistemas de escrita e de meios técnicos como o pergaminho e o papel aumentaram substancialmente a reprodutibilidade das formas simbólicas. Através da Idade Média, numerosas falanges de escribas se dedicavam à tarefa de reproduzir textos religiosos, literários e filosóficos. Mas o passo decisivo veio com a invenção da máquina impressora, que permitiu a reprodução de mensagens escritas em escala e velocidade que até então tinham sido impossíveis. Similarmente, o desenvolvimento da litografia, da fotografia, do gramofone, do radio gravador foram significativos, não somente porque permitiram a fixação de fenômenos visuais e acústicos em meios técnicos duráveis, mas também porque tais fenômenos eram fixados em meios que lhes facilitavam, em princípio, a reprodução.

A reprodutibilidade das formas simbólicas é uma das características que estão na base da exploração comercial dos meios de comunicação. As formas simbólicas podem ser "mercantilizadas", isto é, transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado; e os meios principais de "mercantilização" das formas simbólicas estão justamente no aumento e no controle da capacidade de sua reprodução. Muitas das grandes inovações na indústria da mídia - tais como a introdução da prensa a vapor de Koenig em 1814 e as prensas rotatórias em 1848 - se destinavam diretamente ao aumento da capacidade reprodutiva para fins comerciais. Mas a viabilidade comercial das organizações da mídia depende também do exercício do controle, em certo grau, sobre a reprodutibilidade de uma obra. E por isso a proteção de copyright, isto é, do direito de reproduzir, licenciar e distribuir uma obra, é de fundamental importância para a indústria da mídia. Em termos de suas origens e de seus principais beneficiários, o desenvolvimento da lei do copyright tem muito menos a ver com a salvaguarda dos direitos dos autores do que com a proteção dos interesses dos editores e livreiros, que tinham muito a perder com a reprodução não autorizada de livros e de outros materiais impressos.

Embora a capacidade de reprodução dos meios técnicos sirva à exploração comercial, ela também tem implicações de longo alcance

no que tange à noção de obra "original" ou "autêntica". O fato de uma obra original ou autêntica não ser uma reprodução torna-se cada vez mais uma característica importante da obra; e à medida que a reprodução das formas simbólicas vai se tornando comum, o caráter de originalidade e autenticidade de uma obra se torna sempre mais um fator importante para determinar-lhe o valor no mercado de bens simbólicos. Claro, com o desenvolvimento das técnicas de impressão e de fotografia, torna-se possível reproduzir múltiplas cópias ou réplicas de obras originais. Mas estas réplicas não são iguais ao original, precisamente porque são cópias, e por isso são cotadas em valores mais baixos no mercado de bens simbólicos.

Entretanto, muitas formas simbólicas são reproduzidas não de um texto original., mas de uma cópia. Mais, a obra consiste em cópias ou reproduções a serem produzidas. À medida que a reprodução controlada se centraliza no processo de reprodução em si mesmo, as noções de originalidade e de autenticidade são gradualmente valorizadas diversamente da idéia de "qualidade daquilo que é único". Assim, por exemplo, no caso de livros, o que se tornam tipicamente itens cobiçados por colecionadores não são os textos realmente "originais", mas as suas primeiras edições, que compreendem todas as cópias produzidas na primeira impressão da obra. Do mesmo modo, filmes e gravações musicais são sempre produzidos em múltiplas cópias, e todas as cópias gozam do mesmo status (desde que tenham boa qualidade de produção ou "alta fidelidade"). Assim, enquanto a valorização econômica das obras de arte é geralmente baseada na singularidade da obra (e na defesa desta qualidade contra os falsificadores), a exploração comercial de livros, filmes, discos, etc., é baseada na capacidade de produzir a obra em múltiplas cópias e de controlar este processo de uma maneira lucrativa.

Um terceiro aspecto dos meios técnicos é que eles permitem um certo grau de distanciamento espaço-temporal. Todo processo de intercâmbio simbólico geralmente implica um distanciamento da forma simbólica do seu contexto de produção: ela é afastada de seu contexto, tanto no espaço quanto no tempo, e reimplantada em novos contextos que podem estar situados em tempos e lugares diferentes. Usarei a expressão "distanciamento espaço-temporal" para indicar este processo de afastamento. Todas as formas de comunicação implicam um certo grau de distanciamento espaço-temporal, certo grau de deslocamento no tempo e no espaço. Mas a extensão deste deslocamento varia grandemente, dependendo das circunstâncias de comunicação e do tipo de meio técnico empregado.

No caso de uma interação face a face, há um distanciamento relativamente pequeno. Uma conversa acontece num contexto de co-presença: os participantes estão fisicamente presentes e partilham o mesmo conjunto referencial de espaço e de tempo. As falas trocadas numa conversação são disponíveis somente aos interlocutores, ou a indivíduos situados nas imediações, e terão duração transitória, por quanto durar a memória de seu conteúdo.

A suplementação da fala por meios técnicos de vários tipos estende-lhe a disponibilidade no espaço e no tempo; amplificando-a, um alto-falante a torna disponível a indivíduos que se encontram além do alcance de uma conversação ordinária: a fala adquire uma disponibilidade maior no espaço, embora sua duração temporal permaneça limitada ao momento de sua emissão. Usando outros meios técnicos, como rádio-gravadores ou várias formas de inscrição, discursos podem receber uma maior disponibilidade no tempo: podem ser repetidos ou lidos por indivíduos situados em outros contextos, diferentes tanto no tempo quanto no espaço do contexto original de sua produção.

Ao alterar as condições espaço-temporais da comunicação, o uso dos meios técnicos também altera as condições de espaço e de tempo sob as quais os indivíduos exercem o poder: tornam-se capazes de agir e interagir à distância; podem intervir e influenciar no curso dos acontecimentos mais distantes no espaço e no tempo. O uso dos meios técnicos dá aos indivíduos novas maneiras de organizar e controlar o espaço e o tempo, e novas maneiras de usar o tempo e o espaço para os próprios fins. O desenvolvimento de novos meios técnicos pode também aprofundar o impacto com que os indivíduos experimentam as dimensões de espaço e de tempo da vida social. Iremos dar mais detalhes destas implicações mais tarde.

Finalmente, consideremos brevemente os tipos de habilidades, competências e formas de conhecimento exigidas pelo uso dos meios técnicos. O uso dos meios técnicos pressupõe um processo de codificação; isto é, implica o uso de um conjunto de regras e procedimentos de codificação e decodificação da informação ou do conteúdo simbólico. Os indivíduos que empregam um meio devem conhecer, até certo ponto, as regras e os procedimentos. O domínio destas regras e procedimentos não exige necessariamente a capacidade de formulá-los de modo claro e explícito; apenas a habilidade de usá-los na prática, saber como continuar, diria Wittgenstein. Raramente somos convidados a formular estas regras e procedimentos explicitamente, mas somos obrigados a usá-los praticamente todas as vezes que empregamos um meio técnico de comunicação.

Ao considerar os tipos de habilidades e competências envolvidas no uso de um meio técnico, é importante distinguir entre aqueles exigidos na codificação da informação ou do conteúdo simbólico, e aqueles necessários para decodificar a mensagem. Na prática estas habilidades e competências podem vir juntas ou coincidirem até certo ponto (por exemplo, quem sabe escrever numa língua particular, normalmente saberá também ler na mesma língua). Mas estas habilidades nem sempre coincidem. A maioria dos indivíduos que assistem à televisão, por exemplo, é capaz de entender perfeitamente os programas, embora conheça muito pouco sobre a produção de um programa.

Quando indivíduos codificam ou decodificam mensagens, eles empregam não somente as habilidades e competências requeridas

pelo meio técnico, mas também várias formas de conhecimento e suposições de fundo que fazem parte dos recursos culturais que eles trazem para apoiar o processo de intercâmbio simbólico. Estes conhecimentos e pressuposições dão forma às mensagens, à maneira como eles as entendem, se relacionam com elas e as integram em suas vidas. O processo de compreensão é sempre uma ação recíproca entre as mensagens codificadas e os intérpretes situados, e estes sempre trazem uma grande quantidade de recursos culturais de apoio a este processo. Ainda iremos retornar a esta questão mais adiante.

Algumas características da "comunicação de massa"

Até agora consideramos alguns dos atributos dos meios técnicos de comunicação e algumas de suas utilidades mais comuns. Tenho usado a expressão "meio técnico de comunicação" para me referir aos elementos materiais pelos quais a informação ou o conteúdo simbólico é fixado e transmitido. Mas quando nós usamos o termo "meios de comunicação", quase sempre pensamos num conjunto mais específico de instituições e produtos: livros, jornais, programas de rádio e de televisão, discos, filmes, e assim por diante. Isto é, pensamos num conjunto de instituições e produtos que são comumente agrupados sob a etiqueta "comunicação de massa". Mas o que é "comunicação de massa"? Este é um termo ao qual podemos dar um sentido claro e coerente?

Já se disse muitas vezes que "comunicação de massa" é uma expressão infeliz. O termo "massa" é especificamente enganoso. Ele evoca a imagem de uma vasta audiência de muitos milhares e até milhões de indivíduos. Isto pode perfeitamente vir a calhar para alguns produtos da mídia, tais como os mais modernos e populares jornais, filmes e programas de televisão; mas dificilmente representa as circunstâncias de muitos produtos da mídia, no passado ou no presente. Durante as fases iniciais do desenvolvimento da imprensa escrita periódica, e em alguns setores das indústrias da mídia hoje (por exemplo, algumas editoras de livros e revistas), a audiência foi e permanece relativamente pequena e especializada. Assim, se o termo "massa" deve ser utilizado, não se pode, porém, reduzi-lo a uma questão de quantidade. O que importa na comunicação de massa não está na quantidade de indivíduos que recebe os produtos, mas no fato de que estes produtos estão disponíveis em princípio para uma grande pluralidade de destinatários.

Há um outro aspecto em que o termo "massa" pode enganar. Ele sugere que os destinatários dos produtos da mídia se compõem de um vasto mar de passivos e indiferenciados indivíduos. Esta é uma imagem associada a algumas das primeiras críticas à "cultura de massa" e à "sociedade de massa", críticas que geralmente pressupunham que o desenvolvimento da comunicação de massa tinha um grande impacto negativo na vida social moderna, criando um tipo

de cultura homogênea e branda, que diverte sem desafiar, que prende a atenção sem ocupar as faculdades críticas, que proporciona gratificação imediata sem questionar os fundamentos dessa gratificação. Esta linha tradicional de crítica cultural é interessante; ela tem despertado questões válidas que merecem atenção ainda hoje, embora com alguma modificação. Mas esta perspectiva crítica é também impregnada de um conjunto de pressuposições que são insustentáveis e que podem obstaculizar a compreensão da mídia e de seu impacto no mundo moderno. Devemos abandonar a idéia de que os destinatários dos produtos da mídia são espectadores passivos cujos sentidos foram permanentemente embotados pela contínua recepção de mensagens similares. Devemos também descartar a suposição de que a recepção em si mesma seja um processo sem problemas, acrítico, e que os produtos são absorvidos pelos indivíduos como uma esponja absorve água. Suposições deste tipo têm muito pouco a ver com o verdadeiro caráter das atividades de recepção e com as maneiras complexas pelas quais os produtos da mídia são recebidos pelos indivíduos, interpretados por eles e incorporados em suas vidas.

Se o termo "massa" pode ser enganador em certos aspectos, o termo "comunicação" também, uma vez que os tipos de comunicação geralmente implicados na comunicação de massa são bem diferentes dos que ocorrem numa conversação ordinária. No intercâmbio comunicativo de uma interação face a face, o fluxo de comunicação tem mão-dupla: uma pessoa fala, a outra responde, e assim por diante. Em outras palavras, os intercâmbios numa interação face a face são fundamentalmente dialógicos. Com muitas formas de comunicação de massa, entretanto, o fluxo de comunicação é esmagadoramente de sentido único. As mensagens são produzidas por um grupo de indivíduos e transmitidas para outros situados em circunstâncias espaciais e temporais muito diferentes das encontradas no contexto original de produção. Por isso os receptores das mensagens da mídia não são parceiros de um processo de intercâmbio comunicativo recíproco, mas participantes de um processo estruturado de transmissão simbólica. Daí o motivo por que geralmente falarei de "transmissão" ou "difusão" das mensagens da mídia, mais do que "comunicação" como tal.

E mesmo em circunstâncias estruturadas de comunicação de massa, os receptores têm alguma capacidade de intervir e contribuir com eventos e conteúdo durante o processo comunicativo. Eles podem, por exemplo, escrever cartas ao editor, telefonar para as companhias de televisão e expressar seus pontos de vista, ou simplesmente recusar a compra ou a recepção de um determinado produto. E assim o processo comunicativo é fundamentalmente assimétrico, ainda que não completamente monológico ou de sentido único.

Há uma razão ulterior que torna a expressão "comunicação de massa" um tanto imprópria hoje. Geralmente se associa este termo a certos tipos de transmissões da mídia - por exemplo, à difusão dos jornais de

grande circulação, aos programas de rádio e de televisão. Entretanto hoje parece que estamos testemunhando mudanças fundamentais na natureza da comunicação mediada. A troca dos sistemas analógicos pelos sistemas digitais na codificação da informação, combinada com o desenvolvimento de novos sistemas de transmissão (incluindo os satélites e os cabos de fibra ótica), estão criando um novo cenário técnico no qual a informação e a comunicação podem ser operadas em maneiras mais flexíveis. Mais adiante iremos considerar alguns destes desenvolvimentos mais detalhadamente. Aqui simplesmente direi que, se a expressão "comunicação de massa" é enganosa como descrição das formas mais tradicionais de transmissão da mídia, ela é ainda mais inapropriada para os novos tipos de informação e comunicação em rede, que estão a se tornando cada vez mais comuns hoje em dia.

Depois de todas estas considerações, a expressão "comunicação de massa" deverá ser usada com uma boa dose de circunspeção. Eu usarei geralmente outras expressões como "comunicação mediada" ou, mais simplesmente, "a mídia" - que têm menos perigos de serem mal interpretadas. Contudo não deveremos deixar estas diferenças conceituais obscurecer o fato de que, através de uma série de desenvolvimentos históricos que podem ser cabalmente documentados, uma nova série de fenômenos comunicativos emergiu. Sempre que eu usar a expressão "comunicação de massa", estarei me referindo a este conjunto interligado de desenvolvimentos históricos e fenômenos comunicativos. O que agora descrevemos um tanto vagamente como "comunicação de massa" é uma série de fenômenos que emergiram historicamente através do desenvolvimento de instituições que procuravam explorar novas oportunidades para reunir e registrar informações, para produzir e reproduzir formas simbólicas, e para transmitir informação e conteúdo simbólico para uma pluralidade de destinatários em troca de algum tipo de remuneração financeira.

Sejamos mais precisos: eu usarei a expressão "comunicação de massa" para me referir à produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico. Desdobre esta definição em cinco características: os meios técnicos e institucionais de produção e difusão; a mercantilização das formas simbólicas; a dissociação estruturada entre a produção e a recepção; o prolongamento da disponibilidade dos produtos da mídia no tempo e no espaço; e a circulação pública das formas simbólicas mediadas. Nem todas estas características são singularmente pertinentes ao que poderíamos chamar de "comunicação de massa". Mas juntas elas evidenciam um conjunto de características que são típicos e importantes aspectos do tipo de fenômeno comunicativo que queremos significar com esta expressão.

A primeira característica da comunicação de massa é que ela envolve certos **meios técnicos e institucionais de produção e de difusão**. É esta característica que tem recebido mais atenção na literatura

especializada sobre a mídia. Pois é claro que o desenvolvimento da mídia, desde as formas mais antigas de impressão aos mais recentes desenvolvimentos no campo das telecomunicações, tem se baseado numa série de inovações técnicas capazes de serem exploradas comercialmente. É claro também que a exploração destas inovações é um processo que ocorre dentro de instituições e estruturas institucionais, e que estas instituições continuam a determinar os caminhos operacionais da mídia hoje. Em outras palavras, o desenvolvimento das indústrias da mídia, isto é, das numerosas organizações que, desde a Idade Média até os nossos dias têm se interessado pela exploração comercial das inovações técnicas, tomou possível a produção e a difusão generalizada das formas simbólicas. No próximo capítulo examinarei alguns dos aspectos técnicos e institucionais da mídia, começando pela exploração comercial da imprensa a partir da segunda metade do século XV. Mas diversamente da literatura especializada nas tecnologias da mídia, tentarei relacionar o desenvolvimento dos meios técnicos com os mais amplos aspectos institucionais de desenvolvimento das modernas sociedades.

O fato de que a comunicação de massa implique a exploração comercial das inovações técnicas se torna explícito na segunda característica - naquilo que chamei de **mercantilização das formas simbólicas**. Discuti esta característica brevemente na seção anterior, em relação à capacidade reprodutiva dos meios técnicos; aqui irei estudá-la de um modo mais geral. Considero a mercantilização como um tipo particular de "valorização", isto é, uma das maneiras pelas quais se pode atribuir aos objetos um certo valor. As formas simbólicas se submetem a dois tipos de valorização. A "valorização simbólica" é um processo de atribuição de "valor simbólico" às formas simbólicas. Este é o valor que os objetos têm em virtude do apreço, da estima, da indiferença ou do desprezo dos indivíduos. A "valorização econômica" é o processo de atribuição de "valor econômico" às formas simbólicas, um valor pelo qual elas podem ser trocadas no mercado. Em virtude da valorização econômica, as formas simbólicas se tornam mercadorias: objetos que podem ser vendidos e comprados no mercado por um determinado preço. Às formas simbólicas mercantilizadas irei me referir como "bens simbólicos".

A comunicação de massa implica a mercantilização das formas simbólicas no sentido de que os objetos produzidos pelas instituições da mídia passam por um processo de valorização econômica. As maneiras de valorização das formas simbólicas variam muito, dependendo dos meios técnicos e das estruturas institucionais dentro das quais elas são empregadas. A mercantilização de alguns impressos, como livros e panfletos, depende quase inteiramente da capacidade de produzir e vender as múltiplas cópias da obra. Outros impressos (jornais, por exemplo) combinam este tipo de valorização com outros, como a capacidade de vender o espaço de propaganda. No caso das transmissões de rádio e televisão, a venda do tempo de propaganda aos anunciantes tem sido de fundamental importância, em

alguns contextos nacionais para a valorização econômica. Em outros contextos nacionais, os receptores dos programas de rádio e televisão pagam diretamente (através de uma assinatura) ou indiretamente (através dos impostos) pelo direito de receber o material transmitido. Os desenvolvimentos tecnológicos recentes, associados às transmissões via cabo ou satélite, criaram novas oportunidades para a valorização econômica, como o pagamento das taxas de inscrição ou o uso dos cartões de crédito que permitem aos receptores decodificação das mensagens codificadas.

A disponibilidade dos produtos de comunicação de massa tem implicações importantes na distinção que se faz entre os domínios público e privado. Os produtos da mídia, por sua disponibilidade, em princípio, a uma pluralidade de receptores, têm intrinsecamente um caráter público, no sentido de que estão "abertos" ou "disponíveis ao público". O conteúdo das mensagens da mídia se torna público, isto é, visível e verificável, a uma multiplicidade de indivíduos que podem estar situados em contextos os mais diversos. O impacto dos meios de comunicação na "esfera pública", e na relação entre os domínios público e privado é o tema que iremos ver em mais detalhes nos próximos capítulos.

A reorganização do espaço e do tempo

Já observamos que o uso dos meios técnicos de comunicação pode alterar as dimensões espaço-temporal da vida social. Capacitando os indivíduos a se comunicarem através de espaço e de tempo sempre mais dilatados, o uso dos meios técnicos os torna capazes de transcender os limites característicos de uma interação face a face. Ao mesmo tempo, os leva a reordenar as questões de espaço e de tempo dentro da organização social, e a usar esta reorganização como meio para atingir seus objetivos.

Todos os meios técnicos têm uma relação com os aspectos de espaço e de tempo da vida social, mas o desenvolvimento da tecnologia da telecomunicação na segunda metade do século XIX foi particularmente significativo a este respeito. Antes do advento da telecomunicação, a extensão da disponibilidade das formas simbólicas no espaço geralmente dependia de seu transporte físico; com pouquíssimas exceções (por exemplo, o semáforo) o distanciamento espacial só era possível com o deslocamento das formas simbólicas de um lugar para um outro. Mas com o desenvolvimento das primeiras formas de telecomunicação, o distanciamento espacial não mais exigia fisicamente o transporte das formas simbólicas e, portanto, evitava os atrasos no tempo devidos a tais deslocamentos. O advento da telecomunicação trouxe uma disjunção entre o espaço e o tempo, no sentido de que o distanciamento espacial não mais implicava o distanciamento temporal. Informação e conteúdo simbólico podiam ser transmitidos para distâncias cada vez maiores num tempo cada vez menor; quando a transmissão telegráfica foi instalada, as mensagens

eram recebidas em menos tempo do que era necessário para codificar e decodificar a informação. O distanciamento espacial foi aumentando, enquanto a demora temporal foi sendo virtualmente eliminada.

A disjunção entre o espaço e o tempo preparou o caminho para uma outra transformação, estreitamente relacionada com o desenvolvimento da telecomunicação: a descoberta da simultaneidade não espacial. Em períodos históricos mais antigos a experiência da simultaneidade - isto é, de eventos que ocorrem "ao mesmo tempo" - pressupunha uma localização específica onde os eventos simultâneos podiam ser experimentados. Simultaneidade pressupunha localidade: "o mesmo tempo" exigia "o mesmo lugar". Com o advento da disjunção entre espaço e tempo trazida pela telecomunicação, a experiência de simultaneidade separou-se de seu condicionamento espacial. Tornou-se possível experimentar eventos simultâneos, apesar de acontecerem em lugares completamente distintos. Em contraste com a concretude do aqui e agora, emergiu um sentido de "agora" não mais ligado a um determinado lugar. A simultaneidade ganhou mais espaço e se tornou finalmente global em alcance.

As transformações do espaço e do tempo trazidas em parte pelo desenvolvimento das novas tecnologias da comunicação, e em parte pelo desenvolvimento de meios mais rápidos de transporte, deu origem a problemas cada vez mais agudos de coordenação espaço-temporal, problemas que foram finalmente superados com uma série de convenções destinadas a padronizar o tempo no mundo. Até meados do século XIX, cada cidade, vila ou aldeia tinha o seu padrão de tempo; havia uma pluralidade de horas locais que não se coordenavam entre si. Mas com o desenvolvimento dos serviços postais em fins do século XVIII e a construção das ferrovias nos inícios do século XIX, houve uma pressão crescente para calcular o tempo em níveis supralocais. A introdução do horário padronizado das ferrovias, baseado na Hora Média de Greenwich, gradualmente levou a adoção do GMT (Greenwich Mean Time) como a hora-padrão para toda a Inglaterra. A tarefa de padronizar o cálculo do tempo em escalas territoriais maiores trouxe novos problemas que foram solucionados com a adoção de diferentes fusos horários. Estes foram estabelecidos inicialmente no continente norte-americano nos anos 1870s e princípios dos anos 1880s, e finalmente aceitos em 1884 na Conferência Internacional do Meridiano realizada em Washington, D.C., com a finalidade de estabelecer um sistema global de padronização do tempo. O mundo foi dividido em 24 fusos horários de uma hora de duração cada e uma linha internacional de mudança de data foi estabelecida. A linha de mudança de data escolhida foi o meridiano a 180° de igual distância a leste e a oeste de Greenwich; os viajantes atravessando-o na direção leste ganham um dia, enquanto os que o atravessam na direção oeste perdem um dia. Daí por diante, a padronização do sistema de tempo no mundo forneceu uma estrutura para a coordenação dos tempos locais e para a organização de redes de comunicação e transporte.

O desenvolvimento de novos meios de comunicação e transporte também afetou as maneiras pelas quais os indivíduos experimentam as características de espaço e de tempo da vida social. A padronização do tempo mundial trouxe um crescente interesse na experiência pessoal de tempo e espaço, de velocidade e simultaneidade, e na disjunção entre o espaço e o tempo. Este interesse se manifestou expressivamente na arte e na literatura do final do século XIX e início do século XX, de Proust e Baudelaire a James Joyce, do cubismo e futurismo ao surrealismo. O impacto literário e artístico destes desenvolvimentos foi explorado com muito discernimento por Stephen Kern, Marshall Berman e outros. Aqui desejo considerar de modo mais geral algumas maneiras pelas quais o desenvolvimento dos meios de comunicação afetou o sentido de espaço e de tempo de pessoas comuns.

Antes do desenvolvimento das indústrias da mídia, a compreensão que muitas pessoas tinham de lugares distantes e passados era modelada basicamente pelo intercâmbio de conteúdo simbólico das interações face a face. A narração de histórias teve um papel central na formação do sentido do passado e do mundo muito além das imediações locais. Para muitas pessoas a compreensão do passado e de lugares distantes, como também do sentido da delimitação espacial e da continuidade histórica das comunidades a que elas pertenciam, era constituída principalmente pelas tradições orais produzidas e transmitidas em contextos sociais da vida cotidiana. Mas a crescente disponibilidade de formas simbólicas mediadas foi gradualmente alterando as maneiras nas quais as pessoas iam compreendendo o passado e o mundo além de seus contextos sociais imediatos. O papel das tradições orais não foi eliminado, mas estas tradições foram suplementadas, e até certo ponto reconstituídas, pela difusão dos produtos da mídia.

O desenvolvimento dos meios de comunicação criou assim o que agora descrevemos como uma "historicidade mediada": nosso sentido do passado e de como ele nos alcança se torna cada vez mais dependente da expansão crescente de um reservatório de formas simbólicas mediadas. Muitos indivíduos nas sociedades ocidentais hoje chegaram ao sentido dos principais acontecimentos do passado, e até dos mais importantes acontecimentos do século XX (as duas guerras mundiais, a revolução russa, o holocausto, etc.), principalmente através de livros, jornais, filmes e programas televisivos. À medida que se recua no passado, fica cada vez mais difícil que os indivíduos tenham chegado ao sentido dos acontecimentos através de experiências pessoais ou de relatos de testemunhas transmitidas em interações face a face. A tradição oral e a interação face a face continuam a desempenhar um papel importante na elaboração de nossa compreensão do passado, mas elas operam cada vez em conjunto com um processo de compreensão que se serve cada vez mais do conteúdo simbólico presente nos produtos das indústrias da mídia.

Se a mídia alterou a nossa compreensão do passado, criou também aquilo que poderíamos chamar de "mundanidade mediada": nossa compreensão do mundo fora do alcance de nossa experiência pessoal, e de nosso lugar dentro dele, está sendo modelada cada vez mais pela mediação de formas simbólicas. Esta difusão dos produtos da mídia nos permite em certo sentido a experiência de eventos, a investigação de outros e, em geral, o conhecimento de um mundo que se amplia para muito além de nossos encontros diários. Os horizontes espaciais de nossa compreensão se dilatam grandemente, uma vez que eles não precisam estar presentes fisicamente aos lugares onde os fenômenos observados ocorrem. Tão profunda é a medida em que a nossa compreensão do mundo foi modelada pelos produtos da mídia hoje que, quando viajamos pelo mundo para lugares mais distantes como visitante ou turista, nossa experiência vivida é muitas vezes precedida por um conjunto de imagens e expectativas adquiridas através de nossa prolongada exposição aos produtos da mídia. Mesmo naqueles casos em que a nossa experiência de lugares distantes não coincide com nossas expectativas, o sentimento de novidade ou surpresa muitas vezes confirma o fato de que nossa experiência vivida foi precedida por uma série de idéias preconcebidas e derivadas, pelo menos em parte, das palavras e imagens transmitidas pela mídia. Ao alterar a compreensão do lugar e do passado, o desenvolvimento dos meios de comunicação modificou o sentido de pertencimento dos indivíduos - isto é, a compreensão dos grupos e das comunidades a que eles sentem pertencer. Esta compreensão provém, até certo ponto, de um sentimento de partilha de uma história de um lugar comuns, de uma trajetória comum no tempo e no espaço. Mas à medida que nossa compreensão do passado se torna cada vez mais dependente da mediação das formas simbólicas, e a nossa compreensão do mundo e do lugar que ocupamos nele vai se alimentando dos produtos da mídia, do mesmo modo a nossa compreensão dos grupos e comunidades com que compartilhamos um caminho comum através do tempo e do espaço, uma origem e um destino comuns, também vai sendo alterada: sentimo-nos pertencentes a grupos e comunidades que se constituem em parte através da mídia. Retornaremos a este fenômeno da "socialidade mediada" em capítulos ulteriores, quando iremos considerar alguns exemplos mais detalhadamente.

Até agora consideramos algumas das maneiras pelas quais o desenvolvimento dos meios de comunicação alterou a compreensão que os indivíduos têm do passado e do mundo além de seus locais de vida imediatos. Consideremos agora uma questão um tanto diferente. Nossa compreensão de espaço e de tempo se liga muito estreitamente à de distância, do que está perto ou do que está longe; e a nossa compreensão de distância é modelada profundamente pelos meios à nossa disposição de retroceder no espaço e no tempo. Os meios de transporte são claramente cruciais a este respeito. Para os camponeses rurais de séculos passados, Londres era muito mais

distante do que é hoje para os habitantes do campo na Inglaterra. No século XVII, quando as rodovias eram precárias e a velocidade média das carruagens a cavalo nas regiões provinciais era provavelmente cerca de 30 milhas por dia, uma viagem de um condado como Norfolk até Londres levaria vários dias; hoje ela pode ser feita em mais ou menos duas horas. Os meios de comunicação também exercem um papel importante na elaboração da nossa compreensão do sentido de distância. Quando a comunicação dependia do transporte físico das mensagens, o sentido de distância dependia do tempo de viagem necessário entre a origem e o destino. Como a velocidade do transporte e da comunicação aumentou, a distância pareceu diminuir. Com a disjunção entre o espaço e o tempo trazida pela telecomunicação, o sentido de distância foi gradualmente sendo estimado à parte de uma exclusiva dependência do tempo de viagem. A partir de então o sentido de distância se tornou dependente de duas variáveis - tempo da viagem e velocidade da comunicação - que não necessariamente coincidem. O mundo foi se encolhendo em ambas as dimensões, mas mais rapidamente numa do que noutra.

É esta transformação no sentido de distância que está subjacente ao que se tem descrito convenientemente como "compressão espaço-temporal". Com o desenvolvimento dos novos meios de transporte e comunicação, aliado à sempre mais intensiva e extensiva expansão da economia capitalista orientada para a rápida movimentação de capital e de bens, a importância das barreiras espaciais vem declinando à medida que o ritmo da vida social se acelera. Os lugares anteriormente mais remotos do mundo são ligados a redes globais de interdependência. O tempo das viagens é constantemente reduzido e, com o desenvolvimento das telecomunicações, a velocidade da comunicação se torna virtualmente instantânea. O mundo se parece um lugar cada vez menor: não mais uma imensidão de territórios desconhecidos, mas um globo completamente explorado, cuidadosamente mapeado e inteiramente vulnerável à ingerência dos seres humanos.

Ainda temos que compreender melhor o impacto destas transformações na experiência que os indivíduos têm do fluxo da história e de seu lugar dentro dela. Nas formas primitivas da sociedade, quando a maioria dos indivíduos vivia em dependência da terra de onde tiravam a própria subsistência, a experiência do fluxo do tempo estava estreitamente ligada aos ritmos naturais das estações e ao ciclo do nascimento e da morte. A medida que os indivíduos foram gradualmente sendo atraídos por um sistema de trabalho fabril e urbano, a experiência do fluxo do tempo foi se associando cada vez mais aos mecanismos de observância do tempo em sincronização com as horas de trabalho e com a organização dos dias da semana. Logo que o tempo começou a ser disciplinado pelos objetivos de aumentar a produção das mercadorias, houve uma certa troca: os sacrifícios feitos no presente eram trocados pela promessa de um futuro melhor. A noção de progresso, elaborada pelas filosofias iluministas da história e

pelos teorias sociais da evolução, foi sendo experimentada no dia-a-dia da vida como o enorme hiato entre a experiência passada e presente, de um lado, e os horizontes continuamente mutáveis das expectativas associadas ao futuro, de outro.

A experiência do fluxo do tempo pode estar mudando hoje. À medida que o passo da vida se acelera, a terra prometida para o futuro não se torna mais próxima. Os horizontes das expectativas sempre incertas começam a desmoronar, à medida que vão se encontrando com um futuro que continuamente fica aquém das expectativas do passado e do presente. Torna-se cada vez mais difícil persistir numa concepção linear da história como progresso. A idéia de progresso é um modo de colonizar o futuro, é uma maneira de subordinar o futuro aos nossos planos e expectativas presentes. Mas à medida que as deficiências desta estratégia se tornam mais claras dia após dia, e o futuro repetidamente confunde nossos planos e expectativas, a idéia de progresso começa a perder força entre nós.

É muito cedo para dizer se esta mudança continuará e, se assim for, quais as conseqüências. Não há dúvida de que, graças em parte ao desenvolvimento de novas formas de comunicação e transporte, nossa experiência do espaço e do tempo mudou profundamente. Isto será um tema central nos capítulos que seguem. Mas até que ponto os desenvolvimentos discutidos aqui remodelaram nossa experiência do fluxo da história e do nosso lugar dentro dela, nossa compreensão do futuro e nossa orientação para ele: estas são questões que deixarei, quase inteiramente, abertas.

Comunicação, apropriação e vida cotidiana

Em vários pontos deste capítulo enfatizei a importância de pensar nos meios de comunicação em relação aos contextos sociais práticos nos quais os indivíduos produzem e recebem as formas simbólicas mediadas. O esquecimento destes contextos sociais é uma tendência que pode ser encontrada ao longo da história das reflexões teóricas e das análises práticas sobre a mídia. Por exemplo, sob a influência do estruturalismo, da semiótica e orientações afins, um grande número de críticas culturais nestes últimos anos se tem preocupado com as questões relativas aos "textos" - não somente no sentido mais estreito de trabalhos literários, mas também no sentido mais amplo de formas culturais significativas, desde os filmes e programas de televisão, aos anúncios de diversões e grafites. Há muito a se lucrar com uma rigorosa análise das questões relativas a estes "textos". Mas cada uma destas análises é, quando muito, uma maneira assaz parcial de se debruçar sobre os fenômenos culturais (incluindo os textos literários) É parcial porque os fenômenos em pauta são geralmente analisados sem uma consideração sistemática e detalhada das condições sob as quais eles foram produzidos e recebidos. Os textos são analisados em si mesmos e por si mesmos, sem referência aos objetivos e recursos daqueles que os produzem, por um lado, e às maneiras em que são

usados e entendidos por aqueles que os recebem, por outro lado. Os produtores e receptores nos escapam de vista, enquanto o analista ou crítico se detém na forma cultural que é, um tanto artificialmente, abstraída de seu contexto social de produção, circulação e recepção. No interior das mais empíricas tradições de pesquisa da mídia, a natureza e o papel dos receptores - o público - têm sido examinados com cuidadosa atenção. Vários métodos de pesquisa têm sido empregados para estudar fatores tais como o tamanho e a composição do público, os graus de atenção e de compreensão revelados pelos receptores, os "efeitos" a curto ou a longo prazo de exposição às mensagens da mídia, as "necessidades" sociais e psicológicas satisfeitas pelos produtos de consumo da mídia, e assim por diante. Estas pesquisas têm produzido material importante e interessante. Mas há certas deficiências em muitas destas pesquisas mais antigas. Uma deficiência é esta: ao procurar sobretudo medir e quantificar o público e suas respostas, elas tendem a negligenciar o que poderíamos descrever como o caráter mundano da atividade receptiva. Por ele entendo o fato de que a recepção dos produtos da mídia é uma rotina, uma atividade prática que muitos indivíduos já integram como parte de suas vidas cotidianas. Se quisermos entender a natureza da recepção, deveremos nos aproximar dela com uma sensibilidade para os aspectos rotineiros e práticos da atividade receptiva.

Em anos mais recentes este tipo de aproximação se firmou entre os pesquisadores da mídia. Alguns dos estudos mais perspicazes dos processos de recepção usaram uma variedade de métodos, incluindo a participação dos próprios receptores através de questionários, entrevistas, a fim de verificar detalhadamente as condições sob as quais os indivíduos recebem os produtos da mídia, como os processam e que sentido lhes dão. Estes estudos deixaram de lado decisivamente a idéia de que os receptores dos produtos da mídia são consumidores passivos; eles mostraram mais de uma vez que a recepção dos produtos da mídia é um processo mais ativo e criativo do que o mito do assistente passivo sugere. Eles também mostraram que o sentido que os indivíduos dão aos produtos da mídia varia de acordo com a formação e as condições sociais de cada um, de tal maneira que a mesma mensagem pode ser entendida de várias maneiras em diferentes contextos.

Nos próximos capítulos irei me servir mais de alguns destes estudos, mas aqui vou ficar apenas com as implicações teóricas mais gerais desta visão dos produtos da mídia como atividade rotineira e prática. Esta orientação significa, em primeiro lugar, que a recepção deveria ser vista como uma atividade: não como algo passivo, mas o tipo de prática pelas quais os indivíduos percebem e trabalham o material simbólico que recebem. No processo de recepção, os indivíduos usam as formas simbólicas para suas próprias finalidades, em maneiras extremamente variadas e relativamente ocultadas, uma vez que estas práticas não estão circunscritas a lugares particulares. Enquanto a produção "fixa" o conteúdo simbólico em substratos materiais, a

recepção o "desprende" e o liberta para os estragos do tempo. Além disso, os usos que os receptores fazem das matérias simbólicas podem divergir consideravelmente daqueles (se é que houve) pensados ou queridos pelos produtores. Mesmo que os indivíduos tenham pequeno ou quase nenhum controle sobre os conteúdos das matérias simbólicas que lhe são oferecidas, eles os podem usar, trabalhar e reelaborar de maneiras totalmente alheias às intenções ou aos objetivos dos produtores.

Esta orientação significa também que a recepção é uma atividade situada: os produtos da mídia são recebidos por indivíduos que estão sempre situados em específicos contextos sócio-históricos. Estes contextos se caracterizam por relações de poder relativamente estáveis e por um acesso diferenciado aos diversos recursos acumulados. A atividade de recepção se realiza dentro de contextos estruturados que dependem do poder e dos recursos disponíveis aos receptores em potencial. Não se pode normalmente receber transmissões televisivas, por exemplo, sem os equipamentos necessários; os padrões de assistência à TV são comumente regulados de tal maneira que reflitam as relações de poder entre os membros da unidade doméstica.

E mais, a recepção não é somente e sempre uma atividade situada mas ela é também uma atividade que permite aos indivíduos se distanciarem dos contextos práticos de suas vidas cotidianas. Ao receber matérias que envolvem um substancial grau de distanciamento espacial (e talvez também temporal), os indivíduos podem elevar-se acima de seus contextos de vida e, por um momento, perder-se em outro mundo.

A recepção dos produtos da mídia deveria ser vista, além disso, como uma atividade de rotina, no sentido de que é uma parte integrante das atividades constitutivas da vida diária. A recepção dos produtos da mídia se sobrepõe e imbrica a outras atividades nas formas mais complexas, e parte da importância que tipos particulares de recepção tem para indivíduos deriva das maneiras com que eles os relacionam a outros aspectos de suas vidas.

Assim, por exemplo, os indivíduos podem ler jornais como passatempo, enquanto se deslocam para o trabalho; podem ligar a televisão para quebrar a monotonia de preparar um jantar ou para serenar as crianças; ler um livro para relaxar e escapar temporariamente das preocupações da vida ordinária. A recepção dos produtos da mídia pode também servir para organizar o horário diário de seus receptores. Indivíduos podem adaptar suas rotinas de modo a assistir regularmente a certos programas - por exemplo, o noticiário das nove horas, ou reservar um espaço diário ou semanal para o acompanhamento de uma novela ou série televisiva. É este aspecto de recepção - a capacidade de ordenar e impor rotinas diárias - que tem sido atenuado pelo uso dos videocassetes. Permitindo aos receptores a gravação das matérias transmitidas e a rerepresentação delas em horários mais convenientes, os videocassetes gravadores libertam os

receptores até certo ponto da ordem temporal imposta pelas organizações de rádio e televisão e integram os processos de recepção em suas rotinas, determinadas por outras exigências e constrangimentos.

Além de ser uma atividade situada e de rotina, a recepção dos produtos da mídia é uma realização especializada. Ela depende de habilidades e competências adquiridas que os indivíduos mostram no processo de recepção. Estas habilidades e competências são extremamente diversas. Já observamos que meios técnicos diferentes requerem diferentes tipos de habilidades e competências da parte de quem os usa. Mas é também importante ver que, como atributos socialmente adquiridos, estas habilidades e competências podem variar em muitos aspectos de um grupo para outro ou de uma classe para outra ou ainda de um período histórico para outro. Elas são atributos adquiridos através de processos de aprendizagem ou de inculcação socialmente diferenciados e diversamente acessíveis a indivíduos de formação diferentes. Uma vez adquiridas, estas habilidades e competências se tornam parte da maneira social de ser dos indivíduos e se revelam tão automaticamente que ninguém as percebe como complexas, e muitas vezes sofisticadas, aquisições sociais.

Finalmente, a recepção dos produtos da mídia é fundamentalmente um processo hermenêutico. Os indivíduos que recebem os produtos da mídia são geralmente envolvidos num processo de interpretação através do qual, esses produtos adquirem sentido. É claro que a aquisição dos produtos da mídia não implica necessariamente um processo de interpretação neste sentido: um livro pode ser comprado e nunca lido, do mesmo modo que um aparelho de televisão pode ser deixado às moscas. Adquirir é simplesmente tomar posse de, como se adquire outros objetos de consumo: carros, roupas, etc. Mas a recepção de um produto da mídia implica mais do que isto: implica um certo grau de atenção e de atividade interpretativa da parte do receptor. O indivíduo que recebe um produto da mídia deve, até certo ponto, prestar atenção (ler, olhar, escutar, etc.); e, ao fazer isto, ele se ocupa inteiramente numa atividade de entendimento do conteúdo simbólico transmitido pelo produto. Produtos diferentes requerem diferentes graus de atenção, concentração e esforço. Ler um livro geralmente exige um pouco mais de atenção do que, por exemplo, ler um jornal, que se pode folhear superficialmente, detendo-se apenas nas manchetes ou nos artigos de maior interesse. À televisão se assiste com vários graus de atenção, desde uma absorção total até os curtos e intermitentes acompanhamentos visuais que permitem seguir superficialmente o sentido geral de um programa.

Se considerarmos a recepção dos produtos da mídia como um processo hermenêutico, poderemos nos servir de alguns conhecimentos da tradição hermenêutica sobre este fenômeno. Interpretação, como Gadamer diria, não é uma atividade sem pressuposições: é um processo ativo e criativo no qual o intérprete

inclui uma série de conjecturas e expectativas para apoiar a mensagem que ele procura entender. Algumas destas conjecturas e expectativas podem ser pessoais, isto é, inteiramente particulares à história singular de cada indivíduo. Mas muitas das pressuposições e expectativas que um indivíduo inclui no processo de interpretação são de caráter social e histórico mais amplo, compartilhadas por um grupo com características originais e trajetórias sociais similares. Estas constituem um tipo de pano de fundo de conhecimentos implícitos que os indivíduos adquirem através de um processo gradual de inculcação, e que lhes fornece uma estrutura para interpretar e assimilar o que é novo.

Uma vez que a interpretação das formas simbólicas exige uma contribuição ativa do intérprete, que traz uma estrutura pessoal de apoio à mensagem, segue-se que as maneiras de compreender os produtos da mídia variam de um indivíduo (ou grupo de indivíduos) para outro, e de um contexto sócio-histórico para outro. Como acontece com todas as formas simbólicas, o "Significado" de uma mensagem transmitida pela mídia não é um fenômeno estático, permanentemente fixo e transparente para todos. Antes, o significado ou o sentido de uma mensagem deve ser visto como um fenômeno complexo e mutável, continuamente renovado e, até certo ponto, transformado, pelo próprio processo de recepção, interpretação e reinterpretação. O significado que uma mensagem tem para um indivíduo dependerá em certa medida da estrutura que ele ou ela traz para o sustentar. Claro, há alguns limites a este processo, a mensagem não pode significar qualquer coisa, e um indivíduo deve ter algum conhecimento das regras e convenções em base as quais uma mensagem é produzida (por exemplo, ele ou ela devem ter conhecimentos rudimentares da linguagem). Mas estes limites são amplos e deixam largo espaço para a possibilidade de que, de um indivíduo ou grupo de indivíduos para outro, e de um contexto sócio-histórico para outro, a mensagem transmitida por um produto da mídia possa ser entendida diferentemente.

A tradição hermenêutica chama a nossa atenção para um outro aspecto da interpretação que é relevante aqui: ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que têm de si mesmos e dos outros. Eles as usam como veículos para reflexão e auto-reflexão, como base para refletirem sobre si mesmos, os outros e o mundo a que pertencem. Usarei o termo "apropriação" para me referir a este extenso processo de conhecimento e de auto-conhecimento. Apropriar-se de uma mensagem é apoderar-se de um conteúdo significativo e torná-lo próprio. É assimilar a mensagem e incorporá-la à própria vida - um processo que algumas vezes acontece sem muito esforço, e outras vezes requer deliberada aplicação. E adaptar a mensagem à nossa própria vida e aos contextos e circunstâncias em que a vivemos; contextos e circunstâncias que normalmente são bem diferentes daqueles em que a mensagem foi produzida.

A apropriação das formas simbólicas - e, em particular, das mensagens transmitidas pelos produtos da mídia - é um processo que pode se estender muito além do contexto inicial da atividade de recepção. As mensagens da mídia são comumente discutidas por indivíduos durante a sua recepção e depois; elas são portanto elaboradas discursivamente e compartilhadas com o círculo mais amplo de indivíduos que podem ter participado (ou não) do processo inicial de recepção. Desta e de outras maneiras, as mensagens podem ser retransmitidas para outros contextos de recepção e transformadas através de um processo contínuo de repetição, reinterpretação, comentário, riso e crítica. Este processo pode acontecer numa variedade de circunstâncias - em casa, ao telefone, no lugar de trabalho - e pode envolver uma pluralidade de participantes. Pode fornecer estruturas narrativas dentro das quais os indivíduos relatam seus pensamentos, sentimentos e experiências, tecendo aspectos de suas vidas com as mensagens da mídia e com suas respostas às mensagens relatadas. Através deste processo de elaboração discursiva, a compreensão que um indivíduo tem das mensagens transmitidas pelos produtos da mídia pode sofrer transformações, pois elas são vistas de um ângulo diferente, são submetidas aos comentários e à crítica dos outros, e gradualmente impressas no tecido simbólico da vida cotidiana.

Na recepção e apropriação das mensagens da mídia, os indivíduos são envolvidos num processo de formação pessoal e de auto-compreensão - embora em formas nem sempre explícitas e reconhecidas como tais. Apoderando-se de mensagens e rotineiramente incorporando-as à própria vida, o indivíduo está implicitamente construindo uma compreensão de si mesmo, uma consciência daquilo que ele é e de onde ele está situado no tempo e no espaço. Nós estamos constantemente modelando e remodelando nossas habilidades e nosso cabedal de conhecimento, testando nossos sentimentos e gostos e expandindo os horizontes de nossa experiência. Nós estamos ativamente nos modificando por meio de mensagens e de conteúdo significativo oferecidos pelos produtos da mídia (entre outras coisas). Este processo de transformação pessoal não é um acontecimento súbito e singular. Ele acontece lentamente, imperceptivelmente, dia após dia, ano após ano. É um processo no qual algumas mensagens são retidas e outras são esquecidas, no qual algumas se tornam fundamento de ação e de reflexão, tópico de conversação entre amigos, enquanto outras deslizam pelo dreno da memória e se perdem no fluxo e refluxo de imagens e idéias.

Dizer que a apropriação das mensagens da mídia se tornou um meio de autoformação no mundo moderno não é dizer que ele é o único meio: claramente não é. Há muitas outras formas de interação social, como as existentes entre pais e filhos, entre professores e alunos, entre pares, que continuarão a desempenhar um papel fundamental na formação pessoal e social. Os primeiros processos de socialização na família e na escola são, de muitas maneiras, decisivos para o

subseqüente desenvolvimento do indivíduo e de sua autoconsciência. Mas não devemos perder de vista o fato de que, num mundo cada vez mais bombardeado por produtos das indústrias da mídia, uma nova e maior arena foi criada para o processo de autoformação. É uma arena livre das limitações espaço-temporais da interação face a face e, dado o alcance da televisão em sua expansão global, se torna cada vez mais acessível aos indivíduos em todo o mundo.