

Comunicação, cultura e cidadania no Brasil

Lavina Madeira

I - Comunicação e cultura: questões para o debate

Comunicação e cultura constituem dois campos institucionais que têm suas especificidades, mas que encontram, na atualidade, um espaço crescente de intersecção de suas práticas e finalidades. Refletir sobre a natureza desta intersecção implica considerar as principais variáveis que intervêm neste processo. Esforço este que responde, na área da comunicação, pelo que seriam as tendenciais configurações atuais da prática comunicativa e pelas suas possibilidades de ação orientada pelos seus propósitos de ampliação qualitativa de suas finalidades institucionais. O presente ensaio expõe algumas questões teóricas fundamentais para a compreensão deste debate, mas tem a finalidade, sobretudo, de localizar estas mesmas questões no ambiente das instituições comunicativas brasileiras. Entende-se aqui por instituições de comunicação aquelas estruturas de comunicação, tais como as emissoras de televisão, rádios, meios impressos, jornais e revistas que constituem o espaço público comunicativo, de alcance, muitas vezes, sobre todo o território nacional, como é o caso, por exemplo, das redes de televisão aberta.

Localizar e descrever a especificidade da comunicação significa iluminar um terreno de atividades e simbolizações particulares que não se confunde, mas interage com e referencia outros territórios de produção cultural. As práticas comunicativas mantêm entre si relações de complementariedade, conflito, concorrência e consenso. Compreender as conformações estruturais da comunicação na atualidade demanda considerar como suas instituições produtoras - explicadas histórico-sociologicamente de um ponto de vista interno a sua especificidade estrutural e discursiva - configuram-se contemporaneamente dentro de um sistema referencial internamente criado, mantido e transformado.

É necessário, a princípio, reconhecer a centralidade e importância da comunicação na formação de identidades, comportamentos e sociabilidades e sua dinâmica em espaços públicos movidos por diferentes práticas culturais, em condições potenciais de exercício de uma pluralidade discursiva que amplia temática e praticamente o conceito de sociedade, cidadania e subjetividade. A informação, moeda corrente da comunicação, não se confunde com o conhecimento científico, político-jurídico ou com o artístico. Há uma racionalidade específica às instituições de comunicação, de natureza identitário-referencial, capaz de

abranger potencialmente as demais racionalidades relativas às esferas de conhecimento, mas que realiza também outras operações de caráter estratégico, oriundas da presença de elementos da vida econômica, da produção tecnológica, da circularidade cotidiana da vida privada, da processualidade do tempo histórico. Sua dinâmica referencial é seletiva, parcial, transitória, arriscada, efêmera, mas, ao mesmo tempo, reflexiva e identitária. Sua diferenciação de práticas e públicos é correlata à expansão das cidades; ao fato de tornarem-se agentes singulares do meio urbano com finalidades referenciais e identitárias próprias de uma instituição que é simultaneamente pública e privada.

Há, como afirma Anthony Giddens, um processo contínuo de reflexividade no interior de um *sistema referencial interno*⁴³ que monitora a dinâmica dos sentidos publicamente manifestos, construídos e transformados. As práticas e significações da comunicação fixam e diferenciam o seu próprio espaço, diferente daqueles das demais instituições sociais, por meio de uma incorporação seletiva dos discursos oriundos de outros setores. Seus elementos fazem parte de um processo de interação, sociabilidade e construção de sentidos coletivos, com uma ambição de ampliação crescente do seu universo de interlocutores. Para isso se apóiam numa abertura concreta do olhar público para territórios velados pela marginalização social; então incluídos e chamados a participar, mesmo que de forma indireta e restritiva, da referencialidade construída pela comunicação; esta, de certo modo, nomeia o espaço urbano e, neste procedimento, incorpora potencialmente grandes contingentes na dinâmica das suas representações. A difusão de informações em redes nacionais em quase todo território nacional brasileiro, por exemplo, forma largas audiências e contribui sobremaneira para iniciar grandes populações nas suas regras de referencialidade. Analfabetos, segmentos economicamente excluídos e distanciados do circuito das grandes cidades passam a decodificar um conjunto de formatos e conteúdos próprios da discursividade comunicativa. Este é um processo que se desenvolve como uma forma de aprendizado e inserção numa esfera ampla de construção de identidades de ambição nacional, alimentada por conteúdos da vida pública e privada.

⁴³ GIDDENS, Anthony. *Modernity and Self-Identity*. Cambridge, Polity Press, 1992. Segundo o autor, as instituições sociais possuem o que ele denomina de “sistema referencial interno”, que consiste em um conjunto de referências, princípios, de práticas e de critérios de ação que delimitam a especificidade da instituição, sua dinâmica interna e finalidade. A reflexividade consiste na capacidade de domínio dos elementos deste sistema referencial interno a cada instituição social e de internalização dos seus princípios e critérios de modo a permitir os indivíduos procedimentos atualizados de intervenção, de participação e de reflexão responsável pela dinâmica processual das instituições.

As instituições de comunicação interpenetram os âmbitos do indivíduo e da sociedade⁴⁴. São as instituições-chave da alta modernidade, presentes nas esferas polares tanto da intimidade como da publicidade das instituições sociais; nos contextos locais distanciados e naqueles mais globalizantes. Desenvolveram-se (em estruturas, recursos materiais, organizacionais e humanos, padrões e linguagens) de modo compatível com as necessidades históricas concretas das diferentes sociedades de criarem espaços dialógicos comuns a crescentes contingentes populacionais e em sintonia com as mudanças nas noções de espaço e tempo. Nestes termos, entrelaçaram-se diferentes tipos de instituições jornalísticas e eletrônicas, viabilizando os processos de desenraizamento de culturas localizadas, de formação de culturas globalizantes e de volatilização dos sentidos tradicionais de tempo e espaço. Redefiniram as noções de familiaridade e experiência, dada a abolição do lugar histórico concreto como base para as suas configurações. Tais noções passaram a incluir elementos referenciais “reinventados” no plano público das instituições de comunicação, sem a exigência de contatos diretos com eles. Criaram formas de narrativa não unilineares, baseadas na coexistência de pequenas e diferentes mensagens ordenadas numa sequencialidade típica das interações linguísticas das diferentes estruturas de comunicação, que não são expressões da realidade, mas, em parte, elementos formativas dela.

Neste sentido, a reflexividade promovida no interior da discursividade informativa conforma-se como faculdade e procedimento humanos constrangidos aos limites históricos e concretos dos espaços institucionais públicos e privados, das circunstâncias factuais, das ações e interesses de grupos sociais organizados e da dinâmica cultural em curso, como variáveis que a sujeitam a uma contingencialidade que desautoriza conferir-lhe uma finalidade emancipatória necessária. Deve-se, portanto, questionar a validade da racionalização em curso na reflexividade de indivíduos e instituições. A idéia de que uma esfera pública em expansão,

⁴⁴ Considerações também presentes em Giddens, op. cit. Segundo o autor, as instituições comunicativas sempre interpenetraram os âmbitos do indivíduo e da sociedade desde os seus primórdios (imprensa); são as instituições-chave da alta modernidade, presentes nas esferas polares tanto da “intimidade do self” como da publicidade das instituições sociais; nos contextos locais distanciados e naqueles mais globalizantes; desenvolveram-se (em estruturas, recursos materiais, organizacionais e humanos, padrões e linguagens) de modo compatível com as necessidades históricas concretas das diferentes sociedades de “mediação da experiência” e em sintonia com as mudanças nas noções de espaço e tempo e, nestes termos, entrelaçaram-se diferentes tipos de instituições jornalísticas e eletrônicas, viabilizando os processos de desenraizamento de culturas localizadas, de formação de culturas globalizantes e de volatilização dos sentidos tradicionais de tempo e espaço, redefiniram as noções de familiaridade e experiência, dada a abolição do lugar histórico concreto como base para as suas configurações; tais noções passaram a incluir elementos referenciais “reinventados” no plano público das instituições de comunicação, sem a exigência de contatos diretos com eles; criaram formas de narrativa não unilineares, baseadas na coexistência de pequenas e diferentes mensagens ordenadas numa “consequencialidade típica de um meio ambiente espaço-temporal transformado”, chamadas pelo autor de “collage effect”; não são expressões da realidade, mas, em parte, instituições formativas dela.

que crescentemente absorve as crises existenciais privadas dos indivíduos, relacionando-as com as condições institucionais da vida social, através de sua racionalização pública, num debate mediado por diferentes instituições sociais e, em grande medida, pelas instituições de comunicação, não faz desaparecer a dimensão conflitiva que estes processos têm acarretado e que podem vir a acarretar; assim como os desníveis e diversidades desses processos em esferas locais, regionais, nacionais e globais, na formação de identidades em e entre diferentes sociedades.

A interpretação do desenvolvimento institucional da informação, em suas relações internas de complementariedade e diálogo entre diferentes tipos de estruturas, não necessariamente é uma resposta às exigências da cultura da modernidade, mas algo simultâneo a ela – cujos elementos são experimentais, arriscados e movidos por investimentos e descobertas já em grande parte intrínsecos às instituições de comunicação. Não são processos exclusivamente adaptativos à demanda social de fluxos globalizantes de comunicação, mas, primordialmente, processos de especialização e crescente complexificação de suas estruturas materiais, organizacionais e formais de produção, em função da dinâmica de seus elementos internos, dos conteúdos que move, das suas atividades institucionais.

É premissa necessária à investigação dos desafios que se apresentam às instituições culturais da atualidade o conhecimento do quadro referencial de elementos, procedimentos e atributos mais evidentes que constituem e dinamizam a produção comunicativa nas sociedades contemporâneas. Isto porque já não é mais possível realizar suas finalidades de promoção do conhecimento científico, histórico e cultural sem considerar a presença simultânea das instituições comunicativas nos processos de socialização dos indivíduos desde a tenra idade. São muitas as frentes de reflexão no campo desta intersecção entre comunicação e cultura, sendo todas elas simultâneas e entrelaçadas de modo cada vez mais complexo.

Um dos mais relevantes temas concerne à evidência da crescente intersecção de práticas e interesses entre mídia, telecomunicações e informática – e não apenas em função dos avanços da tecnologia, mas de novas idéias interativas que associam, por exemplo, broadcasting com internet, telecomunicações com marketing e serviços de informação online, programações fechadas em sistemas de transmissão abertos e tantos outros projetos que surgem a cada dia.⁴⁵ Por outro lado, o investimento de capital estrangeiro e nacional não se dirige especificamente para um destes três setores básicos, pelo contrário, as ramificações

⁴⁵Vide MORAES, Dênis de. Planeta Mídia – Tendências da Comunicação na Era Global. Campo Grande, Letra Livre, 1998.

sutis e ao mesmo tempo complexas que tecem, implicam uma inevitável intervenção múltipla de interesses, que atingem simultaneamente, por exemplo, investimentos em telefonia, em operadoras de televisões pagas e em redes de rádio e televisão abertas.

Igual relevância assumem as questões relativas ao controle destes sistemas, às formas de propriedade, temas que remetem ao lugar do Estado e do cidadão na contemporaneidade, às redefinições dos conceitos de público, estatal e privado e à relação entre comunicações e cidadania. As tendenciais formações de monopólios e oligopólios, a segmentação de públicos, os limites da intervenção da sociedade civil, a distribuição territorial dos conteúdos e serviços no país e outros tantos fatores também compõem a agenda deste processo.

Ao lidar-se com o ambiente dos avanços tecnológicos continuamente incorporados aos diversos sistemas de comunicação, tem-se um conjunto de variáveis importantes a serem consideradas. Em primeiro lugar, o fato de que tais incorporações não são unilineares ou homogêneas. Elas se distribuem de forma localizada, em sistemas específicos e com finalidades particulares. Há imensas desigualdades, por exemplo, na irradiação destas novas tecnologias de comunicação no território brasileiro. Se, por um lado, a influência delas pode ser marcante nos processos de socialização de determinadas comunidades em certas regiões, por outro, convive-se ainda, em muitas regiões do país, com sistemas de comunicação remanescentes de modelos de três ou mais décadas passadas. Isto gera a necessidade de produzir referenciais distintos para a compreensão e a incorporação qualitativa da informação oriunda destes sistemas. O instituto cultural só pode ser eficaz em seus propósitos e cumprir os princípios de sua racionalidade se reconhecer a centralidade das instituições de comunicação brasileiras no processo de formação cultural e política dos grandes contingentes humanos do país. Isto significa dirigir uma atenção objetiva e estratégica direcionada para o conhecimento da natureza e dos mecanismos dinamizadores deste processo de incorporação de novas tecnologias. Elas interferem substantivamente na qualidade e desenvolvimento da informação publicamente disponibilizada.

Os esforços nesta direção devem levar em conta não apenas a necessidade de domínio da dinâmica material dos sistemas comunicativos e da medida em que eles geram novos veios informativos no circuito já existente, mas também, a possibilidade de intervenção e participação dentro destes sistemas e, além disso, formas de incorporação destes instrumentos de comunicação, vistos então como recursos tecnológicos aplicáveis ao campo exclusivo das práticas culturais. Isto porque a tecnologia em geral, carrega um duplo potencial, que pode ser

instrumentalizado tanto a serviço de interesses localizados e excludentes, como para a superação de impasses originários de procedimentos de ensino e aprendizagem, entre outros.

Além disso, tem-se a evidência de que cresce uma irreversível cultura formativa de natureza não mais preponderantemente baseada no procedimento da leitura, que infiltra novos recursos de aprendizado sustentados na imagem e em todo o aparato tecnológico que ela requer, na associação entre texto e imagem como mecanismos de representação do sentido. Este dado, alimentado sobremaneira pela convivência íntima com os meios de comunicação no ambiente caseiro, transformada em prática assimilada à experiência da cotidianidade, transporta-se como demanda inconsciente para outros espaços de aprendizado e absorção de conhecimentos, valores e significações em geral. O instituto cultural sofre as pressões desta demanda, com contingentes humanos cada vez mais segmentados em suas práticas de contato com o universo das informações disponíveis e se vê constrangido, inevitavelmente a renovar seus mecanismos e procedimentos de produção de sentido.

Para além do dado tecnológico, é um desafio constante da prática cultural conhecer e acompanhar, no caso especificamente brasileiro, a dinâmica das transformações nas formas de estruturação e ampliação dos sistemas de comunicação nacionais. Isto porque muitas das determinações com relação à qualidade da informação produzida nestes sistemas resultam dos fluxos de capital, das orientações de interesse particulares de anunciantes e investidores que os sustentam e intervêm sobre suas políticas de programação. O fenômeno mais marcante na atualidade consiste no que vem sendo denominado de popularização das produções das redes nacionais de televisão e de deslocamento dos públicos de maior poder aquisitivo para os sistemas de televisão por assinatura. Campo fundamental neste ambiente de reflexões contemporâneas consiste naquele relativo às políticas de programação ou, em outros termos, ao controle social dos conteúdos difundidos e produzidos pelas instituições de comunicação de amplo alcance populacional. Para tanto, cabe explorar a dinâmica da produção comunicativa do país.

O atributo identitário e referencial das instituições de comunicação, sustentado no próprio caráter público que lhes foi fixado pelas cartas constitucionais dos Estados de direito, localiza a discursividade da comunicação no campo formal do interesse público, configurando-a enquanto serviço a ser prestado relativo à categoria dos direitos sociais. A circunscrição deste critério denominável de interesse público, na prática, entretanto, sujeita-se a interpretações muito elásticas.

II – Comunicação e identidade no Brasil

A identidade construída, aprendida e transformada, no ambiente cultural brasileiro, profundamente desigual no que concerne à produção e acesso aos conteúdos midiáticos afeta a tradicional recorrência ao conceito de cultura popular e cultura de massa. O popular, na atualidade, pela força hegemônica de penetração da comunicação em todo o país, mais “eficaz” do que outras instituições fundamentais como a educacional e a familiar, desloca-se para a noção de fazer-se enquanto processo simultâneo de construção e aprendizagem de um sistema referencial identitário, onde públicos heterogêneos buscam elementos de toda ordem que reorganizem constantemente sua competência de experimentar, realizar práticas, criar valores e comportamentos. Nele se integram, parcial e seletivamente, elementos de diferentes ordens de conhecimento e experiência. Por este caminho, por um lado, dissolvem-se os atributos de tradicionalismo, hermetismo, isolamento e autoctonia do conceito de popular, integrando-o, em níveis diversos, aos demais sistemas referenciais publicamente criados e, por outro lado, elimina-se a coincidência com o conceito de massa.

No caso brasileiro, os conteúdos de maior audiência nas redes de televisão aberta, capazes de atingir quase a totalidade da população, são notadamente novelas, jornais de variedades, programas de auditório e apenas dois telejornais dominam o campo das produções assistidas por mais de 60% da população brasileira. O atributo referencial, definido aqui como qualidade voltada à atualização da ação dos indivíduos na vida social em geral praticamente esvazia a relação política entre indivíduo e sociedade. Se for possível entender jogos, entretenimentos e dramas como elementos culturais, então tem-se um deslocamento da experiência do espaço público brasileiro de um desejável campo político e cultural para outro essencialmente feito pelo usufruto da diversão.

Cabe então perguntar: diversão é cultura? Em sentido mais amplo, sim. Dado que seus elementos advém de um vasto acervo de autoevidências, convicções e práticas que formam o panorama maior e denso da vida cultural do país. Que tipo então de referencialidade estaria sendo movida no ambiente da comunicação? Uma visão mínima da vida econômica e política, nos telejornais e uma cumplicidade reiteradora de sentidos comuns, valores e juízos da grande rotina da vida privada cotidiana dos indivíduos, nos dramas e nas brincadeiras, nos jogos e nas representações do homem comum, do cidadão desconhecido.

As instituições de comunicação, no Brasil, são centrais no processo de criação e manutenção de um espaço público comum à grande população brasileira. E dentro desta

posição de centralidade, têm o poder de sustentar representações da realidade que constituem o lugar comum de uma certa identidade de alcance nacional. Denominar seus conteúdos como “a identidade nacional” não chega a ser um procedimento devido, porque não existem apenas as instituições de comunicação dentro do vasto caldo cultural brasileiro. Elementos do passado histórico ainda têm força neste ambiente. Há, na acepção que R. Williams bem descreve, uma *tradição seletiva*⁴⁶ em curso, mas é possível afirmar que parte significativa da identidade criada, mantida e transformada no país se move hoje no interior do espaço público comunicativo.

Esta identidade movida pela prática comunicativa não é referível exclusiva ou predominantemente ao debate político, mas pode ser entendida como elemento vital deste tempo histórico. Ela opera uma mudança de um conceito restrito de público, como relativo a questões políticas, para uma noção mais abrangente que inclui a vida privada, o universo cultural e as várias linguagens estético-expressivas. Elementos que passam a fazer parte do processo de interação, sociabilidade e construção de sentidos coletivos.

A televisão aberta no Brasil é um lugar de formação e manutenção de identidades ampliadas de ambição nacional. Esta identidade se firma, em grande medida, em torno de ícones construídos e alimentados no ambiente das programações de maior audiência, programas de entretenimento, de entrevistas e se desdobram em outras estruturas de comunicação, como publicações especializadas em televisão, semanários, revistas para públicos femininos e masculinos, jornais, programas de rádio e demais, criando-se uma rede que mantém permanentemente um espaço aberto para estes conteúdos. Estas estruturas, por sua vez, se auto-legitimam e legitimam-se mutuamente na afirmação destes conteúdos comuns. Os conteúdos mais presentes neste ambiente são a música, os esportes (futebol, fórmula 1, tênis, vôlei, box), a vida profissional e privada dos artistas das produções televisivas, temas ligados à natureza e, em menor grau, elementos da cultura tradicional brasileira (indígena, sertaneja).

⁴⁶ WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Sociedade*. Quando Raymond Williams analisa a questão dos fatores que dinamizam o processo cultural contemporâneo, confere centralidade a um mecanismo que denominou de “tradição seletiva”. Ele atua selecionando elementos do passado, práticas, valores e crenças e os atualizando dentro de um novo quadro referencial. Determinadas interpretações e práticas são então tornadas socialmente predominantes num determinado tempo e espaço históricos. A cultura se processualiza a partir de um “patrimônio comum” herdado do passado, sobre o qual incidem as ações diferenciadas dos indivíduos, baseadas nos condicionantes e nas variações das suas experiências particulares. Tais ações são sempre seletivas em relação a este patrimônio, porque têm ligações intrínsecas com a presente complexidade das relações e práticas sociais múltiplas e gerais da sociedade.

Estes conteúdos integram o sistema referencial interno das instituições de comunicação. Criam ramificações em todos os gêneros de programação, formando redes vicinais que integram todos os elementos em um sentido internamente coerente. Integram-se ao seu circuito informativo, opinativo e publicitário, gêneros estes cujas fronteiras são cada vez mais difusas. Estão presentes nas mais variadas situações como elementos de legitimação desta cultura e de legitimação das estruturas de comunicação que as difundem.

Convivem também fortemente com elementos oriundos de um ambiente cultural globalizado, criando relações de complementariedade e extrapolando as fronteiras nacionais. Os exemplos mais presentes estão na área musical, nos esportes e nos temas ligados à natureza. Há, na área musical, por exemplo, uma sintonia significativa entre os programas de auditório das televisões abertas, os programas de rádios de emissoras AM e FM, e as publicações semanais sobre música e a vida privada dos músicos. Certos tipos de música, por sua vez, como a de origem baiana, dialogam de modo muito estreito com certos ritmos musicais norte-americanos, assimilam grande influência de ritmos africanos, e, além disso, incorporam a dança como correlata ao ritmo musical, dança esta inspirada em padrões também norte-americanos e africanos.

Cria-se, assim, um circuito musical hegemônico no país cuja origem extrapola as fronteiras nacionais sem deixar de ser uma criação nacional. Este circuito recebe o aval das redes de televisão aberta e se torna hegemônico em todo o país, promovendo eventos fora do calendário oficial, tais como os carnavais itinerantes feitos de blocos e trios elétricos que ocorrem nas grandes cidades e capitais do país durante todo o ano.

Conhecer outras vertentes musicais fora deste circuito hegemônico torna-se uma ação que segue em sentido contrário à multidão. Lojas de disco, publicações na área musical, televisão e rádio alimentam estes formatos hegemônicos reduzindo sobremaneira a diversificação da área. As estruturas de comunicação formam vasos comunicantes onde só circulam estes conteúdos. Meios restritos e ampliados operam com os mesmos elementos, numa transversalidade que corta critérios de classe, etnia, gênero, idade e nível sócio-econômico.

O global é incorporado pelo local formando um circuito musical nacional-popular-internacional, cuja complexidade é porosa a intersecções com um leque amplo de possibilidades criadoras e renovadoras. Assim ele se desdobra continuamente em novos ritmos sonoros, sempre associados a uma rítmica também corporal. Esta qualidade de bem cultural inserido em um ambiente globalizado abre possibilidades de diálogo com outras

frentes culturais, tais como estilos de vida, comportamentos e valores. Assim, por exemplo, a música originalmente baiana está presente em programas de culto ao corpo, em publicidades de cerveja e refrigerantes, de automóveis de marcas estrangeiras, de telefones celulares e de uma gama ampla de elementos constitutivos do modo de vida desenraizado da cultura global.

De outra forma, mas também hegemônica e regular, está a presença em nível nacional de valores ligados ao elogio e defesa da fauna e flora brasileiras. A natureza tem lugar de destaque entre estes conteúdos privilegiados pela televisão aberta do país. Documentários, reportagens, programas de desafios físicos e entrevistas são os lugares onde a natureza aparece como um bem nacional a ser conhecido, preservado e admirado. A natureza revisitada, sobretudo, pelos programas de documentário e de variedades da televisão brasileira é vista da perspectiva global. Do ponto de vista de sua localização em relação ao planeta como um todo. Este enfoque insere o país dentro de um debate mundial de preservação ambiental, reiterando um conjunto de valores hoje globalizados sobre a necessidade de conhecer e proteger a natureza.

Como o Brasil é um vasto território ainda em grande medida inexplorado ou preservado em seu estado natural original, os valores globais associados à natureza levam a que o país assuma uma posição privilegiada dentro do debate nesta área. Proteger a natureza passa a ser um valor nacional também associado a uma esfera de valor global, de grande força legitimadora de práticas nele ancoradas. Indústrias de diversos setores vêm a público construindo suas imagens a partir deste valor. Ele se espalha por um leque também muito grande de práticas comunicativas de alcance nacional, tais como as novelas, programas de auditório, de variedades e de entrevistas, documentários, culinária, moda e comportamento.

O esporte é outro campo de grande repercussão identitária, principalmente nestas duas últimas décadas, quando esportistas brasileiros alcançaram posições de destaque no cenário esportivo internacional. A prática do esporte tem fontes paralelas e associadas de legitimação oriundas do culto ao corpo, da defesa da natureza, dos valores do individualismo, enfim, de uma arena temática naturalista, ligada aos cuidados com a natureza seja ela humana, animal, vegetal ou mineral. É interessante observar como convivem ao mesmo tempo valores ligados a um estado fundamental de natureza e valores advindos do mundo virtual criado na esfera da alta tecnologia. Em comum está a imagem de despoluição do espaço, de integração entre natureza e tecnologia sem que haja o que se poderia denominar de efeitos colaterais para nenhuma das duas.

A alta tecnologia convive e se legitima com o esporte, por exemplo, na publicidade que valoriza o alto investimento tecnológico embutido em artigos ligados à prática em questão. Os tênis usados pelos jogadores, suas raquetes de tênis, os tecidos de seus uniformes, as bebidas energizantes e uma série variada de produtos estão sendo paralelamente afirmados quando um atleta brasileiro se projeta.

Os temas que são objetos de interesse para a programação de alcance nacional são muito restritos. A identidade criada e mantida pela televisão brasileira tem uma pequena amplitude temática. Ocorre um predomínio excessivo de programas criados por ela mesma, com baixa variação de formato e conteúdo. As emissoras ocupam, aproximadamente de 30 a 35% do tempo em auto-promoção. Isto é feito de várias maneiras. São chamadas publicitárias para seus próprios programas, entrevistas com artistas e pessoas da emissora e intervenções opinativas em todos os gêneros apresentados. A vida profissional e privada dos artistas, dos ídolos do esporte e personalidades carismáticas, como políticos, escritores e outros vêm somar-se ao acervo de elementos legitimadores da identidade promovida pela televisão, atuando também como forças legitimadoras das emissoras e, portanto, da sua institucionalidade pública.

Convive-se, este ambiente comunicativo, dentro do que se denominaria um imenso reino do privado. As instituições de comunicação vêm tornar públicos conteúdos próprios da vida ordinária e comum dos indivíduos. Há uma série de relações possíveis de serem identificadas neste processo. Ao individualizar sua discursividade, seja dirigindo-se ao indivíduo, à relação face-a-face, seja criando ícones e padrões humanos a serem valorizados e seguidos pelos indivíduos comuns, a televisão promove um espaço público feito da cotidianidade vivida pelo homem privado. O recurso do debate, da argumentação, quando ocorre, está praticamente todo ele voltado para as temáticas do reino da necessidade, seja ela física ou psicológica.

Os temas da identidade construída pela comunicação concernem à boa vida e a tudo o que nela se insere: o conhecer a si mesmo e ao outro, os relacionamentos humanos, a construção física e psicológica dos indivíduos, as escolhas das trajetórias a serem traçadas na intimidade e no espaço social, a racionalização dos temores inerentes à condição humana, ligados aos temas cruciais da vida e da morte, o jogo e à brincadeira, a exposição à sorte e ao desconhecido, o universo dos sentimentos, a exploração do caráter, o confronto das diferenças, os conflitos humanos, essas questões estão presentes em mais de 90% de toda a grade de programação das emissoras de televisão aberta do país. E se desdobram, como já foi

dito, numa rede de outras práticas comunicativas intercomunicantes, como publicações, programas de rádio e outros meios. Todos eles se legitimam mutuamente, assim também como a vasta literatura de auto-ajuda das livrarias.

O que representa expressivamente estes conteúdos são as imagens do homem comum, o homem ordinário. Personagens escolhidos da paisagem diversificada do meio urbano, nas situações mais diferenciadas ganham seus 15 minutos de exposição para grandes audiências simplesmente revelando quem são, como vivem, o que pensam, como reagem às vicissitudes, aos prazeres, aos fatos da vida cotidiana em geral. Assim, nesta espécie de terapia coletiva, conteúdos fantásticos, trágicos, humorísticos, dramáticos e aconselhamentos de auto-ajuda compõem um extenso processo de busca de identidade e reconhecimento comuns. A confluência destes conteúdos tonam indistintas as fronteiras entre informação, serviço e consumo.

Assim, a esfera do debate político fica praticamente esvaziada. O grande público está à margem da vida política nacional. Desconhece os temas e os processos políticos que se desenvolvem no espaço legislativo estatal. Participa minimamente das deliberações do poder executivo, sofrendo apenas as repercussões de políticas pensadas e implementadas sem a participação da sociedade. As instituições de comunicação contribuem muito pouco para inserir a população nestes ambientes. No ambiente televisivo esta constatação atinge seu grau máximo. A vida política aparece apenas nos programas do período eleitoral. Inexistem práticas argumentativas sobre conteúdos políticos. Políticas e deliberações são tratadas pela televisão do ponto de vista imediatista das mudanças que provoca sobre a rotina da vida social da população.

A população brasileira se informa quase exclusivamente por meio da televisão aberta, que atinge índices de mais de 90% de abrangência. Jornais e revistas especializadas ocupam uma faixa extremamente reduzida neste percentual. Razões para este quadro estão na baixa renda da população, no analfabetismo, na dificuldade de acesso e no desenvolvimento de uma política pública estatal na década de 70 de incentivo à formação de redes nacionais de televisão, aliadas a uma tradição extremamente liberal do Estado no controle dos conteúdos promovidos por estas redes, as quais, por sua vez, apesar de terem um código de ética razoavelmente coerente com padrões de incentivo à cultura, sempre definiram grades de programação em função do retorno financeiro auferido em pesquisas de preferência das suas audiências-alvo.

O círculo vicioso que se formou entre produtores que alegam atender expectativas do público e de resultados de sondagens de opinião e de índices de audiência que legitimam programações sem qualquer conteúdo informativo, educativo ou artístico relevantes e coerentes, parece manter um processo de alargamento do espaço discursivo das redes nacionais no sentido da produção de mero entretenimento, cujo sustento são elementos vindos da experimentação do grotesco e da dramatização da vida cotidiana. Há uma subjetividade vivida coletivamente de forma distorcida por estes recursos formais (o grotesco e o dramático) de representação da experiência, cujos elementos, em parte, têm origem em narrativas de culturas tradicionais e, em parte, decorrem dos próprios formatos já desenvolvidos anteriormente pelos diversos meios na área do próprio entretenimento.

As respostas pelas quais as grandes audiências confirmam sua preferência por estes padrões de programação são um enigma para a academia. Algumas delas são encontradas sob a alegação de que a vida produtiva esgota a capacidade e o interesse dos indivíduos de pensar a realidade de forma mais substantiva. O dado relevante, entretanto, é que a televisão brasileira, amadurecida num ambiente liberal, nunca teve uma tradição de privilégio a produções de caráter informativo, cultural e político. O entretenimento sempre foi o padrão dominante desde que a televisão se expandiu como principal sistema de comunicação público no país. Isto pode ser comprovado ainda pelos tradicionais índices irrelevantes de audiências das televisões de caráter educativo e cultural, que não chegam a atingir mais de 5% de audiência em relação às emissoras privadas. Este processo, além disso, tem o agravante de estar em regime de plena expansão de percentuais de audiência, num processo de alta competitividade entre emissoras por faixas de telespectadores mutantes, forçando ainda que todas elas ingressem na mesma lógica, sob pena de perda de capital dos anunciantes, os principais mantenedores destas estruturas empresariais. O comércio do entretenimento exclui do espaço público brasileiro conteúdos que, por princípio, são fundamentais para a vida cultural e política do país, dado que constituem a base de formação de referenciais necessários ao julgamento dos interesses coletivos gerenciados pelo Estado.

Por outro lado, tem-se, simultaneamente, o movimento de públicos de maior poder aquisitivo em direção aos sistemas de televisão por assinatura. Aqui a margem de escolha é maior, assim como a presença de conteúdos informativos e culturais. Este dado, entretanto, leva a outras variáveis preocupantes do ponto de vista da fragmentação do interesse público, da criação de extratificações sócio culturais, da formação de identidades transnacionais que pouca atenção possam vir a dar aos problemas estruturais do país, da emergência de um

multiculturalismo de soma zero e outras tantas possibilidades de ruptura de um necessário conjunto de valores e princípios capazes de consensualizar os processos de debate e de deliberação sobre questões de interesse geral.

O mesmo se dá no plano da complexidade dos problemas urbanos, das questões ligadas ao gerenciamento das áreas de saúde, educação, emprego e econômica. Os telejornais privilegiam apenas a dimensão dos problemas sociais resultantes de patologias individuais. Crimes, doenças, catástrofes e desastres têm lugar predominante sobre questões cruciais da vida social. Os programas televisivos dramatizam sobremaneira estes desvios, sem vinculá-los, entretanto, aos fatores estruturais que, na maioria das vezes, estão nas suas origens. Mas o fato de conferirem relevo a estes desequilíbrios não ameaça a ênfase simultânea numa idéia permanente de estabilidade social. Isto é possível porque estes problemas não vêm inseridos dentro de um quadro contextualizador dos mesmos. Vêm descolados da realidade, como fatalidades inevitáveis, como atos de indivíduos isolados ou vontade inevitável de forças naturais. O fantástico oculta a realidade dos desequilíbrios sociais estruturais da vida urbana. Este descolamento de patologias e catástrofes da regularidade da vida cotidiana confirma a necessidade desta regularidade, tal como ela é pressuposta. Cria-se uma identidade sobre esta imagem de controle sobre o social, compartilhada por todos no ambiente televisivo. A imagem da própria estabilidade social, da boa índole dos brasileiros, da ausência de ameaças ao indivíduo e à sociedade.

Do ponto de vista do telejornalismo, é no estrangeiro, em terras longínquas, que a maioria das catástrofes acontecem. As crises financeiras, os desastres, os problemas sociais das nações estrangeiras são representados dentro de uma referencialidade espetacular. Isto favorece sobremaneira a internalização do ordenamento social vigente internamente no país. O global novamente entra em cena para reiterar este ordenamento social em curso. O global é assimilado como horizonte da possibilidade de ação dos indivíduos em si e como coletividade na sua sociedade nacional. Assim, reitera “vocações” nacionais, procedimentos de aceitabilidade de relações com outras nações, permitindo localizar o Brasil em relação a um cenário mundial dado dentro de uma confortável imagem de país pacífico. Atitude esta que reitera todos os demais conteúdos difundidos.

As pretensões de validade dos conteúdos comunicativos são praticamente unívocas. Há alto grau de complementariedade entre os diferentes sistemas de comunicação. Estes temas dominantes tornam-se auto-evidências, convicções que encontram apoio em procedimentos seletivos em relação ao passado, que vêm confirmar elementos atuais ou então

já são originários do próprio ambiente comunicativo, da legitimidade já construída institucionalmente para si. O nível de concordância sobre estes valores predominantes é muito alto. A diferença não atua como fator disruptivo. As diferentes manifestações, por exemplo, da musicalidade nacional, cria horizontalidades capazes de conviver entre si e, mesmo, de interagir. Isto é muito evidente, por exemplo, no campo musical, onde músicos de determinados estilos muitas vezes transitam para outros. Isto cria laços entre eles e a audiência e amplia a força identitária destes grupos.

O sistema referencial interno às instituições de comunicação brasileiras de alcance nacional é bastante estável, sólido, previsível. Existem rotinas fixadas em padrões regulares predominantes em todos os campos, seja no informativo, no ficcional, no publicitário e no de entretenimento. A questão da fragmentação da experiência se dá, em grande medida, em termos daquilo que não aparece no discurso comunicativo, das graves omissões relativas às questões políticas, econômicas e sociais cruciais do país que não têm o devido relevo, a necessária presença como objeto conhecimento, de racionalização e de debate permanentes. Mas no interior dos sentidos dominantes produzidos pelas instâncias comunicativas, a experiência se fecha num círculo previsível de variáveis.

A referencialidade produzida funciona como um forte mecanismo redutor da ansiedade, da insegurança, do isolamento provocados pelo intrínseco caráter de risco das sociedades atuais. A identidade criada e movida no ambiente comunicativo atua com grande força como elemento socializador. Apesar da grave omissão de largas faixas de interesse da experiência social brasileira e, portanto, da natureza restrita dos conteúdos desta identidade, eles são os responsáveis pelo lugar comum mais efetivo existente publicamente no país. A difusão de conteúdos em redes nacionais em quase todo território nacional forma largas audiências, inserindo grandes populações nas regras de referencialidade e interação das estruturas de comunicação. Este processo desenvolve uma forma de aprendizado e inserção numa esfera ampla de construção de identidades de ambição nacional, alimentada por conteúdos da vida pública e privada.

Algumas questões hoje centrais sobre a formação pública de identidades assumem contornos muito específicos no caso brasileiro. A noção de diferença, de escolha da diferença e de respeito a ela, muito tematizada no ambiente de sociedades complexas não encontra, no espaço comunicativo de maior alcance no país, a variabilidade em geral pressuposta como existente na atualidade. Na sociedade brasileira, a idéia da oposição entre viver dentro de uma sociedade de consumo, de sua lógica instrumental, de mercado, ou de optar por regras e

princípios morais, étnicos, religiosos comunitaristas fora destas sociedades complexas não é necessariamente uma possibilidade de escolha intrínseca e naturalmente aberta para todos, por mais que elas existam a princípio. No Brasil, a força incorporativa da discursividade das instituições comunicativas reduz sobremaneira a formação da diferença. A idéia do indivíduo isolado em busca de sua identidade convive com os fortes padrões identitários criados e movidos pela comunicação pública.

III – Informação, representação e cidadania

No que concerne à informação como forma discursiva oriunda deste ambiente, deve-se considerar que a questão básica sobre a consolidação da diversidade da produção de informações em termos de um tecnicismo controlável por manuais de redação, especialização de funções, setorizações, hierarquizações e imposição de ritmos otimizados de produção permanece ainda vinculada à distância entre uma normatividade historicamente apropriada do positivismo cientificista e as mudanças implicadas no seu próprio exercício dentro de um contexto social brasileiro que não favoreceu, por exemplo, a expansão da imprensa e de produções informativas especializadas para além dos setores econômica e culturalmente mais favorecidos. O conceito de informação e a prática da *objetividade* revestiram-se de um atributo de *serviço público*, subsumido, a princípio, como fator de estabilidade e integração social; mas a emergência da teoria crítica forçou uma decomposição da noção de *objetividade* num conjunto de situações específicas na relação entre emissor e receptor. O convívio destes receptores, por sua vez, dentro do sistema referencial produzido pelas instituições de comunicação, os levou a adquirir competências de traduções particulares dos sentidos manifestos, de intervenções singulares na construção destes sentidos, criando aberturas para as próprias instituições de comunicação desenvolverem margens de liberdade em relação ao seu compromisso público formal de discursividade. Ao mesmo tempo que este formalismo organiza e orienta a produção de informação, já não se faz necessário atribuir-lhe uma imparcialidade que, enfim, jamais existiu. Isto permite aos produtores de informação, em certa medida, paralelo ao trabalho cotidiano de referencializar codificada e sistematicamente os setores mais proximamente envolvidos em processos deliberativos e gerenciais da vida produtiva, política e cultural do país, intervir singularmente como mais um agente desta esfera. Permite invadir atribuições de outros setores institucionais a serviço, aparentemente ou não, dos interesses do seu público-alvo.

A questão da representação nunca pode ser esgotada nos estudos de comunicação. Quando observa-se a presença do jornalismo impresso no país, apesar de dirigido para um segmento pequeno da população brasileira, aquela economicamente ativa e deliberativa, sua referencialidade é vital para a atualização da ação de indivíduos, grupos e setores econômicos do país. O conceito de informação e a prática da *objetividade* revestem-se, entretanto, na maioria dos conteúdos dos jornais de alcance nacional produzidos no Rio de Janeiro e em São Paulo⁴⁷, de um atributo de *serviço público*, que pode ser subsumido, a princípio, como fator de estabilidade e integração social. Mas o que se observa é uma extrema padronização dos formatos da escritura jornalística. Estes jornais realmente prestam um serviço básico de atualização cotidiana sobre assuntos importantes para a vida econômica e política do país, repetindo fatos ocorridos sem intervir reflexivamente sobre eles.

Isto se deve, sobretudo, à ausência de jornalismo investigativo na imprensa de alcance nacional. O noticiário, apesar de todo ele conter as marcas opinativas dos autores, não chega a dar o passo necessário na direção de um texto mais aprofundado e investigativo. Os padrões vigentes para o noticiário em geral são extremamente repetitivos. E, além disso, apresentam um conjunto de falhas próprias da excessiva padronização da linguagem, tais como o desequilíbrio, a repetição e falta de pluralidade de fontes, a fragmentação da informação, a dramatização de fatos, a personificação de processos sociais, entre outras.

O jornalismo brasileiro, pela ausência da prática investigativa, termina por incorrer numa das graves falhas do agendamento, quando ele concede antecipadamente janelas para determinados assuntos independente dos desdobramentos que terão. Isto ocorre frequentemente no noticiário político e econômico. Denúncias de corrupção, criação de comissões parlamentares de inquérito, conflitos entre partidos, parlamentares e agentes do governo têm espaço nas páginas impressas dos jornais. São reproduzidos os fatos mas não são investigados. O jornalismo, em geral, segue a tendência das forças hegemônicas, sem autonomia de perspectiva diante dos fatos. Isto contribui sobremaneira para legitimar estas próprias forças, em detrimento da informação e do seu potencial esclarecedor da realidade.

Ao mesmo tempo que este formalismo organiza e orienta a produção de informação, já não se faz necessário atribuir-lhe uma imparcialidade que, enfim, jamais existiu. Isto permite aos produtores de informação, em certa medida, paralelo ao trabalho cotidiano de referencializar codificada e sistematicamente os setores mais proximamente envolvidos em

⁴⁷ Refere-se aqui aos jornais Folha de São Paulo, O Estado, Jornal do Brasil, O Globo e Gazeta Mercantil.

processos deliberativos e gerenciais da vida produtiva, política e cultural do país, intervir singularmente como mais um agente desta esfera. Assim, em muitas situações, o jornalismo brasileiro invade atribuições de outros setores institucionais a serviço, aparentemente ou não, dos interesses do seu público-alvo.

Os textos opinativos não têm volume suficiente para ser comparável ao noticiário. Há, de certo modo, também uma rotina da produção de opinião no jornalismo brasileiro. Nomes previamente estabelecidos se responsabilizam diária e semanalmente por opinar sobre assuntos, em geral, políticos ou econômicos. Esta personificação do ato opinativo redundava em estreitamentos significativos do espectro temático, dado que cada opinador tem suas preferências. Resulta também num empobrecimento significativo do gênero, dado o leque estreito de articulistas a formularem opiniões sobre questões em pauta.

Estes jornais trazem a marca mais profunda e dinâmica da experiência social contemporânea, dado que seus conteúdos têm desdobramentos e alcances muito maiores do que aqueles das televisões abertas. Seus processos adaptativos à demanda social de fluxos globalizantes de comunicação, mas, primordialmente, seus processos de especialização e crescente complexificação de suas estruturas materiais, organizacionais e formais de produção, em função da dinâmica de seus elementos internos e das suas atividades institucionais, leva a que os jornais reiterem fortemente a cultura da globalização, dado que eles próprios, enquanto estrutura, refletem materialmente a necessidade de vincular-se aos seus termos a fim de cumprirem o objetivo de alcançar um campo vasto de informações.

Diante desta realidade, é tortuoso o caminho percorrido pela informação no Brasil. A fonte privilegiada que são os jornais não está isenta dos mecanismos de pressão do interesse econômico, de políticas editoriais restritivas, de rotinização dos processos de construção da informação, de escolhas seletivas de temas e fatos. Além disso, as camadas que lidam com estas informações ocupam, em geral, posições de administração em instituições públicas e privadas, têm interesses particulares nestas informações e convivem com outras fontes diversas oriundas das redes de informação desenvolvidas nesta década, como os jornais on-line especializados, os bancos de dados, a Internet e outros sistemas. A informação segmentada nas publicações periódicas, por sua vez, tende a desenvolver padrões discursivos particulares aos interesses de seus respectivos públicos, criam zonas de temas mais valorizados em diálogos com elementos oriundos de circuitos globais, de experiências urbanas localizadas e de incorporações parciais de discursividades de outros segmentos que venham a confirmar a validade de seus objetos de interesse. Tais publicações segmentam-se

também em gradações equivalentes aos níveis de extratificação sócioeconômica da sociedade brasileira, fixados por agências de sondagem de opinião. O conceito de informação que hoje pode ser abstraído destas publicações já não assegura que elas tenham uma relação efetiva de compromisso com a integralidade da realidade social a que se referem, entre outros fatores, porque tendem a uma fusão de gêneros discursivos onde se torna cada vez mais embaçada a margem entre os discursos informativo, opinativo e publicitário.

Pensar a cultura diante deste quadro complexo de variáveis que movimentam o acervo de bens simbólicos que cada indivíduo administra é uma tarefa que pressupõe a formulação de políticas capazes de fornecer novas alternativas de compreensão e incorporação destes bens simbólicos. Políticas que, de algum modo, interfiram sobre os critérios que os indivíduos constroem para ingressar nos circuitos diversos da cultura, que possam incluir referentes oriundos de sua racionalidade e de seus princípios.

No que concerne à natureza dos conteúdos produzidos continuamente pelos sistemas de comunicação, é preciso estar alerta ao fato de que, em razão da sua própria especificidade discursiva, eles se fazem pela apropriação dos discursos de outras áreas de conhecimento e formação de valor. Assim, criam estruturas simbólicas que contém elementos oriundos do campo científico, moral, artístico, religioso e de culturas tradicionais. Realizam um trabalho constante de interpretação da vida, validando seus construtos nestas diferentes fontes, conformando assim modos coletivos de comportamento e ação social. A crescente infiltração de representações oriundas de outros territórios e temporalidades no interior da experiência localizada já não permite mais que se possa buscar o que se denominaria como uma identidade nacional.

Os elementos constitutivos da dinâmica da produção cultural das sociedades capitalistas contemporâneas têm origens e níveis diferentes de existência mais ou menos autônomos, em função das diversas processualidades a que se integram nos diferentes contextos locais, nacionais e transnacionais historicamente dados. Estes níveis são basicamente relativos às culturas tradicionais remanescentes em contextos locais e nacionais - com maior ou menor resistência a fusões e mudanças, de origem popular e erudita. As produções comunicativas operam sobre a noção de "diferença" (dos recursos tecnológicos envolvidos na produção dos seus bens, dos mercados e segmentos sociais de consumo cada vez mais especializados, dos estilos de vida respectivos a estes segmentos e das significações

sucessivas atribuídas a bens e imagens). Envolvem, segundo Mike Featherstone⁴⁸, “*práticas de consumo*” expressas em “*estilos de vida*” edificados na seleção, interpretação, experimentação e avaliação individual de informações. Exige procedimentos de auto-atualização, de aquisição de informações, de escolha e de seletividade estética por parte dos indivíduos. Atribui poderes aos indivíduos sob a forma de controle sobre contextos e relações sociais em que prevalecem determinados códigos e usos da “*cultura de consumo*”.

O maior desafio das instituições culturais está centrado na sua capacidade de conhecer profundamente a natureza, os elementos e a dinâmica desta cultura contemporânea identificando nela os lugares onde é possível desenvolver valores e práticas igualitárias, solidárias e humanistas, porque somente por este caminho poderá intervir eficazmente sobre a sua capacidade de conformar sentidos e comportamentos. Deve observar, por exemplo, que há aberturas em sua estrutura para construções culturais mais democráticas, plurais e tolerantes, mesmo dentro de um panorama feito de maior diferenciação e sincretismo, maior alteridade e particularismo. De acordo com M. Featherstone, há o desenvolvimento de noções mais complexas do que seria uma “*unidade sincrética*”, em particular no ambiente dos fluxos transnacionais ou globais de comunicação, os quais minam os localismos, regionalismos e nacionalismos, operam com noções genéricas de humanidade, sociedade e natureza, configuram um lugar único e singular de cultura onde têm lugar os conflitos e competições entre culturas e, além disso, desenvolvem “*terceiras culturas*”, como culturas organizacionais voltadas para objetos de interesse trans-sociais voltadas para flexibilizar, acelerar e ampliar os fluxos de informações entre nações e além delas.

O debate central hoje no que diz respeito ao modo como entender e operar o conceito de comunicação consiste na oposição entre as noções de consumo e cidadania, ou seja, como caracterizar essencialmente a natureza da comunicação enquanto bem simbólico com profundas repercussões na vida material das sociedades contemporâneas. Por um lado há uma forte tendência a caracterizar a cultura presente como uma cultura de consumo, movida, neste caso, por procedimentos oriundos da lógica e das práticas do mercado, subsumida numa semântica economicista onde os indivíduos são nomeados e tratados como consumidores. Entende-se, entretanto, que esta semântica caminha por trilhas equivocadas. O conceito de cultura de consumo é uma atualização, na mesma linhagem que deu origem ao já tornado lugar comum conceito de sociedade de massa. O termo *comunicação de massa*, derivado

⁴⁸ FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós-Modernismo SP, Nobel, 1995..

deste ambiente, todavia, parece já ter esgotado, pelo menos do ponto de vista heurístico e sociológico, suas ambições explicativas. Criou-se, portanto, uma heteronomia injustificável se confrontada com a magnitude do objeto. A história deste conceito remonta a uma perspectiva de sociedade manipulável, atomizada, feita pela imagem de indivíduos isolados, diferenciados e dispersos. É certamente um conceito de espírito arregimentador, resultante do produtivismo racionalista, nacionalista e épico da sociedade norte-americana do começo do século. A popularização do seu uso ou do seu corolário (consumo) bloqueia qualquer perspectiva que busque retomar o controle sobre o livre curso da cultura.

O uso do conceito, além de suas implicações no campo da recepção, quando reduz sujeitos a consumidores, contém, além disso, uma visão dos meios como instâncias necessariamente organizadas verticalmente, de forma concentrada e sintonizada com as determinações da expansão dos ambientes tecnológico e econômico, externos ao das práticas comunicativas propriamente ditas. Isto porque o atributo instrumentalista de controle e o de fluxos de mão única são intrínsecos ao conceito.

Mas para varrer do mapa o lugar comum da noção de *massa*, utilizada quase que por hábito adquirido, é preciso também descartar a possibilidade de nomear os processos comunicativos do ponto de vista do já cansado conceito de *indústria cultural*, porque por mais promissores e elucidativos que se tenham apresentado seus postulados críticos, ele incorre nos mesmos impasses acima apontados. Compartilha a visão de uma sociedade massificada, enfatiza a determinação infraestrutural sobre a vida simbólica e não encontra alternativas para o problema do controle vertical, da formação dos monopólios e da participação ativa dos indivíduos.

Isto leva à constatação de que, para efeito de compreensão das práticas comunicativas contemporâneas, talvez não seja mais possível ambicionar defini-las dentro de um só conceito, seja os acima mencionados, ou outros como o proposto por Adriano Duarte, a partir da teoria geral dos campos de P. Bourdieu.⁴⁹ A ambição de abranger tais práticas dentro de um sistema explicativo fechado é remanescente ainda de um exercício reflexivo que acreditava ser possível abarcar a estrutura e dinâmica de todo o processo cultural das sociedades contemporâneas, relacionando-o ainda àqueles de natureza econômica e política.

⁴⁹ Refere-se aqui ao conceito de *campo dos mídia*, presente em sua conhecida obra “Estratégias da Comunicação”, Lisboa, Editorial Presença, 1990. Nele também encontramos o formalismo que submete a mídia à força da racionalidade instrumental, inibindo, portanto, as variáveis caras a este ensaio, além de dificultar, sobremaneira, a inserção do processo de convergência em curso.

A complexificação da vida cultural tem, entretanto, demonstrado que perspectivas globalizantes não são capazes de nomear e acompanhar a dinâmica de seus elementos.

As intenções reflexivas que procuram recuperar a dimensão da prática comunicativa como um exercício de cidadania, têm-na como procedimento relativo ao campo do compromisso constitucional com as premissas de igualdade e liberdade dos Estados de direito. Reflexões, por exemplo, sobre o caráter moderno ou pós-moderno da cultura, sobre a evidência ou não de uma cultura de consumo, sobre a cultura como simulacro, sobre a virtualização da experiência, sobre o imanente barbarismo da modernidade, sobre as múltiplas sensibilidades e mediações da comunicação e tantas outras propostas devem ancorar-se na perspectiva de identificar, desenvolver e consolidar aqueles recursos potenciais da comunicação pública que encaminham a formação de vontades como prática de cidadania. Comunicar para a cidadania talvez seja a estratégia mais eficaz para interferir qualitativamente no curso da cultura contemporânea.

Cidadania implica uma orientação de premissas e procedimentos culturais no sentido da recuperação do senso de comunidade e da competência de intervenção participativa dos indivíduos nos assuntos concernentes à vida social. Um dado fundamental neste aspecto concerne ao fato de que as estruturas de comunicação, consideradas instituições públicas pelas cartas constitucionais dos Estados de direito, são passíveis à interferência de regulamentações e coerções estatais, que sugerem a possibilidade de planejamento político e democrático do seu curso. Isto significa que a sociedade civil tem recursos legais para conduzir a expansão destas estruturas, suas práticas e produções.

VI - Comunicação e cidadania no Brasil

O contexto social brasileiro não favoreceu o exercício de uma cidadania cultural restringindo, por exemplo, a expansão da imprensa para além dos setores econômica e culturalmente mais favorecidos, ou privilegiando a estruturação de redes de televisão aberta controladas por grupos familiares, dentro de uma herança cultural patrimonialista, clientelista e autoritária, ou, mais recentemente, criando uma legislação para sistemas fechados de televisão que não atua sobre aspectos de conteúdo, privilegiando somente os critérios econômicos de defesa da concorrência.

De forma geral, o conhecimento produzido atualmente sobre os movimentos e circuitos de conteúdos e sobre os processos de recepção, ou apresentam diagnósticos

limitados ao perímetro empírico estabelecido (sem que possa ser generalizado para um ambiente nacional), ou se faz no interior da cada vez mais próxima conexão entre comunicação e marketing. Tratam-se de pesquisas de opinião requeridas pelo mercado presas ao círculo vicioso de uma oferta e procura simbióticas. Poucos são os mecanismos objetivos capazes de estabelecer princípios ou parâmetros anteriores à livre iniciativa do mercado, para além da forte articulação entre a lógica econômica capitalista e o Estado brasileiro. Movimento onde nenhum dos dois tem controle a médio ou longo prazo das suas conseqüências culturais; a primeira porque não tem compromisso ético *a priori* com elas e o segundo porque não sustenta políticas de conteúdo capazes de regular tal movimento.

A partir deste quadro, a ponte necessária entre a questão dos direitos e deveres incorporados pelo liberalismo à experiência social na modernidade e sua efetividade dentro de um ambiente de globalização e de mutação qualitativa das categorias abstratas de tempo e espaço, de público e privado e seus conceitos históricos decorrentes, de tradição, comunidade, identidade, nação, sujeito e ação coletiva, tornam-se muito particulares do contexto empírico enfocado.

Advém do pensamento clássico liberal uma definição essencialmente política do conceito de cidadania, como condição própria e decorrente das premissas de igualdade e liberdade do Estado de direito. Há uma repartição tripartida do exercício da cidadania correlata aos direitos constitucionalmente previstos: direitos civis (liberdade pessoal, de expressão, pensamento, fé, propriedade, justiça), assegurados pelas instituições judiciárias; direitos políticos (voto e acesso a cargos públicos), corporificados no aparato legislativo; e direitos sociais (segurança, saúde, educação e serviços sociais), promovidos pelas instâncias executivas.⁵⁰

Nesta concepção, a questão do direito à cultura e de todos os processos e práticas nela envolvidos, recolhe-se, basicamente, à estreita faixa do direito a um tipo particular de “serviço”, um serviço que basicamente, assegura um acervo de elementos simbólicos e práticas oriundos do passado e da memória de uma nacionalidade e mantém padrões de produção cultural que, a princípio, não se regem por critérios extrínsecos à dinâmica liberal da processualidade social mais ampla. O direito à informação caracteriza-se enquanto direito social, compartilha a estatura de outros direitos sociais, como o direito à educação, direito a saúde e bem-estar. Tais direitos estão no âmbito da alçada do poder executivo enquanto

⁵⁰ BENDIX, *Construção Nacional e Cidadania*. SP, Edusp, 1996.

deveres deste perante a sociedade. Assim, portanto, apesar de serem de serem ativadas em regime de propriedade privada, as instituições de comunicação são merecedoras de atenção político-jurídica na carta constitucional e em leis específicas e se constituem enquanto instituições públicas, dado que a informação é o elemento básico para o exercício dos direitos civis e políticos.

Direitos sociais se materializam enquanto serviços prestados por instituições públicas, as quais se legitimam enquanto tal na prestação destes serviços. No caso das instituições de comunicação, a condição de instituição pública lhes confere um alto grau de legitimação quando prestam este serviço genericamente denominável de informação. Legitimadas enquanto tal, legitimam-se também suas estruturas, formas de produção da informação e toda a verticalidade historicamente observável do processo comunicativo como um todo. Enquanto serviço, tornam-se defensáveis grande parte de seus procedimentos e dificulta-se sobremaneira pensar a possibilidade de outros modelos estruturais da comunicação pública horizontalizados, onde a participação dos indivíduos pudesse ser mais efetiva e deliberativa.

No caso brasileiro, dado o predomínio do regime de propriedade privada, isto implicou, historicamente, uma permissividade significativa da esfera cultural à intervenção de variáveis do que Habermas denomina de “mundo sistêmico”. O igualitarismo liberal, presente tanto na esfera da produção econômica, como da vida privada e de suas iniciativas individuais, abriu possibilidades de um industrialismo da produção cultural passível de coordenação somente a partir de associativismos civis movidos por voluntarismos reivindicadores de direitos civis e sociais de grupos e setores privados. O cooperativismo implícito na mobilização social, entretanto, não fez parte das políticas de Estado, já que este pode-se ancorar na premissa da representatividade como fator legitimador de suas ações, fachada, muitas vezes, para a manutenção de práticas políticas paternalistas e excludentes.

A representação política no Brasil configurou-se, historicamente, como um sistema com regras singulares, não vinculadas diretamente ao exercício do voto e esvaziou, sobremaneira, até mesmo o conceito de cidadania como categoria político-jurídica. A cidadania cultural revestiu-se de um caráter de direito ao mero acesso à cultura – sem o pressuposto da intervenção sobre a qualidade deste serviço –, sem qualquer iniciativa estatal ou civil de proposição de uma clara política de conteúdos, de conquista territorial, de investimento em tecnologias que alcançassem indivíduos espacialmente dispersos, de manutenção de sistemas de comunicação de abrangência nacional capazes de promover a

formação de um sistema referencial de práticas, valores e comportamentos compatíveis com o investimento mais amplo em um modelo de sociedade industrial capitalista.

Atualmente, o conjunto de novos processos políticos e culturais em andamento no parlamento brasileiro e na sua esfera econômica - inerentes aos mecanismos de controle institucional e discursivo da dinâmica cultural do país -, apontam para a passagem de um patriarcalismo cultural (promovido pela hegemonia incontestada do “padrão Globo de qualidade”) para o de um liberalismo global de consequências ainda imprevisíveis para o processo cultural brasileiro. A questão central resultante deste quadro consiste na suspeição da própria validade do conceito de cidadania como condição e ação partícipes deste processo. Onde estariam os limites objetivos conjunturais e estruturais à ação cidadã dos sujeitos e, decorrentemente, a uma noção de recepção para além de uma grade determinista, seja advinda do sistema conceitual funcionalista ou da trajetória européia crítica e niilista ?

No que concerne especificamente à compreensão do que ocorre atualmente no espaço da mídia, das redes de informática e das telecomunicações, suas convergências e expansões inusitadas no cenário nacional e mundial, a atitude mais prudente parece ser a de, como disse Mike Featherstone,⁵¹ abrir mão da posição de legisladores e assumir a de investigadores em busca das evidências que emergem da dinâmica dos processos. Reflexões, por exemplo, sobre o caráter democrático da cultura, sobre a evidência ou não de uma cultura de consumo, sobre a cultura como simulacro, sobre a reflexividade da experiência. No caso brasileiro, estudos empíricos apontam para um decréscimo significativo da presença de conteúdos oriundos de políticas culturais previamente elaboradas por entidades estatais, públicas ou privadas. A regulação exercida pelo Estado, por exemplo, no campo da televisão fechada, não abrange os critérios de seletividade e controle feitos pelas operadoras quando compram pacotes de programação em circuitos globais de produção cultural.

Esta reflexão se encaminha para o problema que a atual conjuntura político-jurídica na área apresenta ao ambiente da produção acadêmica, ou seja, o da passagem do exercício da explicação conceitual dos objetos comunicativos, feita sem a pretensão de necessariamente nortear um conjunto de postulados sobre o campo do que seria o ideal ou desejável para estes objetos, para o exercício de pensar estes mesmos objetos do ponto de vista do que se pode propriamente denominar de políticas de comunicação. Este é o desafio. Quando visto deste modo, e sob a premência de uma conjuntura que se desenvolverá com ou sem a participação

⁵¹ FEATHERSTONE, Mike. Op.cit.

da academia, a questão da importância dos construtos conceituais passa a assumir um outro tipo de responsabilidade, porque, por exemplo, já não é mais simplesmente satisfatório operar com certos conceitos que, pelos seus próprios atributos, inibem a reflexão dos seus objetos do ponto de vista da formulação de políticas aplicáveis à área. Isto pode ser observado, para citar um exemplo, na farta literatura produzida no país que opera com o conceito de consumo (sociedade de consumo, cultura de consumo, e outros). O mesmo pode ser dito das análises de discurso e dos resultados a que chegam, em geral, incapazes de estender o horizonte de suas conclusões para o âmbito de uma visão institucional mais ampla.

A pergunta encaminha-se então para a dimensão das potencialidades estratégicas dos conceitos que pensam os processos comunicativos contemporâneos. De que forma eles podem contribuir para orientar proposições sobre propriedade, controle, distribuição, programação e modos de recepção? De que modo podem reverter um cenário atual marcado por um sistema referencial interno à mídia caracterizado pela preponderância de conteúdos oriundos de contextos de países europeus e dos EUA, de gêneros que implicam perspectivas restritas sobre a alteridade e a diversidade cultural planetária, de níveis irrisórios de exposição de problematização da experiência social brasileira contemporânea, de sua cotidianidade espacial e temporalmente distinta.

Um pouco mais além destas questões e de igual importância, estão outros impasses relativos à maneira de compreender e desenhar a participação dos diversos segmentos ligados às comunicações no interior desta conjuntura esboçada. Novamente o problema conceitual aparece como ponto de partida para as tomadas de posição. Pode-se perguntar ao cenário dado, por exemplo, que tipo de correlação de forças ou de poder se manifesta objetivamente nos fatos até então ocorridos? Para que se responda esta pergunta faz-se necessária uma perspectiva conceitual sobre eles.

Pensar, na atualidade, as condições de existência da noção de público pressupõe, nas diversas vertentes teóricas em que isto se dá, a imagem de um sujeito ativo, interventor, em pleno domínio de seus direitos civis, políticos e sociais. Esta premissa da necessidade de sujeitos socialmente ativos como condição de efetividade de sociedades mais justas e igualitárias, eticamente defensáveis, apresenta-se como contrapartida à evidência da presença de forças econômicas e políticas constituídas por elementos estruturais desigualitários e desagregativos da vida social.

O conceito de público ainda parece ser a alternativa permanente onde se pode encontrar o lugar comum de reflexões diversas preocupadas com a iminência disruptiva destas

forças. Isto, sem mencionar a resposta dada, simultaneamente, aos impasses apontados pela literatura que opera sob a premissa do sujeito ausente, dos riscos inevitáveis da sociedade desgovernada e alienada sobre si mesma. A questão central, entretanto, para além dos particularismos das diversas visões, está na dúvida acerca das condições nas quais pode ser efetivamente concretizada a vida ativa, a vida política e culturalmente singular e participativa dos sujeitos das complexas sociedades ocidentais da atualidade.

A princípio, o fato da teoria social recuperar o sujeito histórico, não assegura que ele venha, por si, a tomar a iniciativa de assumir este estado de cidadania plena. De certo modo, ainda ecoa, por um lado, a crença liberal no individualismo, voltado agora para questões coletivistas e, por outro, o pressuposto de um voluntarismo político típico do pensamento crítico. Por outro lado, características históricas, estruturais e normativas diversas têm demonstrado a fraqueza e ineficácia dos mecanismos de intervenção de públicos, setores particulares e dos cidadãos em geral sobre sistemas econômicos e estatais. As grandes populações, a seu modo, têm respondido a expectativas do mercado e de políticas estatais por meios que prescindem do debate público permanente.

As respostas encontradas para os graves problemas sociais provocados pela hegemonia do mercado tendem, neste ambiente, a encontrar alternativas por meio da ativação da sociedade civil, conferindo-lhe atributos, deveres cívicos, competências e responsabilidades públicas que a aproximam do Estado, como se este, deste modo, aliado a ela, pudesse enfrentar com mais isenção as demandas sistêmicas da economia capitalista mundial.

Assim, por exemplo, Alain Touraine, encontra na reconstrução da categoria de sujeito, no que defende como a “*política do sujeito*”, o que diz ser “*a única resposta para a dissociação da economia e da cultura*”⁵². O sujeito é, para o autor, ao mesmo tempo, um “*movimento social*” onde se pode resistir aos processos desintegrativos da experiência, da subjetividade, aos conflitos raciais, étnicos e, sobretudo, aos mecanismos dessocializadores oriundos do mercado, do mundo tecnológico e informacional. Viver juntos deve ser mais do que uma coexistência, deve promover espaços éticos comuns onde haja o compartilhamento da experiência social.

Anthony Giddens, também, quando firma a idéia do que chamou de “*terceira via*”⁵³ tem, como premissa, duas forças fundamentais: a presença atuante do Estado e uma efetiva

⁵² TOURAINE, Alain. Poderemos Viver Juntos? Iguais e Diferentes. Petrópolis, Vozes, 1999, p. 24.

⁵³ GIDDENS, Anthony. A Terceira Via – Reflexos sobre o Impasse Político Atual e o Futuro da Social-Democracia. SP, Record, 1999.

cultura cívica, que reconstrói os espaços públicos, os quais devem atuar em sintonia com as políticas públicas estatais. Giddens, deste modo, pressupõe a presença pública de cidadãos ativos, partícipes de interesses coletivos, profundamente envolvidos com suas causas. Mais Estado e mais sociedade civil. Esta é a alternativa para o enfrentamento do impacto da globalização, entendida como um conjunto de forças oriundas da expansão do mercado, da tecnologia e da informação.

Nas democracias deliberativas, segundo Habermas, a esfera pública política é fundamental. Deve fundar-se sobre uma cultura política e sobre modelos de socialização que a legitime. A esfera pública está no âmago do processo democrático, como premissa e procedimento capazes de disciplinarem normativamente tanto o Estado quanto o mercado. As ramificações da opinião pública no âmbito legislativo do Estado e dos diferentes grupos e movimentos informais da sociedade formam o que chama de “*sociedade descentrada*”.⁵⁴

É importante observar como tanto Giddens quanto Habermas conferem ao Estado um lugar central na normatização político-jurídica de interesses advindos do espaço público. Ambos pressupõem uma sociedade civil politicamente ativa, mas é ainda no Estado que os movimentos e compromissos gestados no ambiente público não-estatal adquirem reconhecimento, legitimidade e legalidade. A defesa do Estado em ambos os autores tem afinidade com a postura normativa de John Rawls. Para este, o Estado defende o que ele chama de “*razão pública*”⁵⁵, a qual guia a autoridade do Estado enquanto instância comprometida com a justiça e a constitucionalidade da vida democrática da sociedade. A razão pública, para J. Rawls, concerne aos direitos, liberdades e oportunidades dos cidadãos. Ela contém princípios básicos de justiça e procedimentos de argumentação racional internalizados por todos os cidadãos, onde são julgados princípios, valores e interesses. A defesa do Estado é importante para assegurar a vida política da sociedade, seus direitos e liberdades. O Estado ainda é, para estes autores, o lugar da auto-governabilidade da sociedade. E a noção de público está intrinsecamente presente tanto no espaço estatal quanto no da sociedade civil.

A noção de “*controle público*” advém deste ambiente de premissas reflexivas. Está profundamente envolvida com os critérios e procedimentos da democracia formal. Remete ao campo das políticas públicas estatais, mas, sobretudo, a todos os sujeitos enquanto cidadãos

⁵⁴ HABERMAS, Jürgen. Direito e Democracia – Entre Facticidade e Validade. Vol. II, Biblioteca Tempo Universitário 102, RJ, Tempo Brasileiro, 1997.

⁵⁵ RAWLS, John. O Liberalismo Político. 2ª. ed., SP, Ática, 2000.

reunidos como comunidade política argumentativa. Respalda-se numa teoria social da democracia publicamente exercida nos fóruns estatais e não-estatais.

Pensar a ação pública, de comunidades políticas de cidadãos, no controle executivo de instituições sociais pressupõe uma sintonia entre Estado e sociedade civil ainda, do ponto de vista contemporâneo, no caso brasileiro, muito efêmera. A noção de controle público presente nas políticas estatais do país, por mais suporte que encontre no âmbito de teorias sociais democráticas, tem sua normatividade ancorada sobre frágeis estruturas. A participação de cidadãos, do ponto de vista histórico-sociológico, restringe-se a faixas deliberativas irrisórias. Estado e mercado têm feito concessões muito tímidas ao público.

No caso brasileiro, observa-se que as atuais políticas públicas nos campos da educação, da saúde, e, em particular, das comunicações, além de inserirem a noção de controle público em âmbitos setoriais de suas estruturas executivas, ainda o fazem de modo a inibir sobremaneira o efetivo controle do público sobre elas. O Brasil é um caso peculiar onde, quase sempre, instrumentos normativos são criados sem que tenham resultado de movimentos e apelos por grupos e setores organizados da sociedade.

Quando, na conjuntura atual, a representação política no Brasil cria, em seus estatutos jurídicos, noções como a de controle público, não encontra uma cultura cívica e política que corresponda à expectativa desta nova normatividade. Resta então a dúvida acerca da natureza e finalidade destes instrumentos de participação cidadã. Até que ponto são resultantes de um patriarcalismo historicamente marcante das políticas estatais brasileiras, até que ponto são manifestações efêmeras oriundas da intervenção de setores organizados da sociedade civil brasileira ?

Fugindo de um mecanicismo simplista de determinação interestrutural, talvez fosse o caso de olhar tal conjuntura como uma formação hegemônica composta, preponderantemente, pela aliança do Estado, com as grandes emissoras de televisão e rádio abertas (lideradas pelas organizações Globo) e segmentos da classe política que apóiam suas ações na subserviência aos interesses deste mercado privado.

Onde estão estes elementos inerciais e como podem adquirir uma visibilidade evidentemente ativa dentro do processo? Há a revivida categoria habermasiana de espaço público e as portas que ela abre para a compreensão da dinâmica das forças que atuam cultural, política, econômica e socialmente, dentro de uma perspectiva não necessariamente hierarquizada de focos de poder e domínio. Esta é uma alternativa até certo ponto oportuna ao mapeamento do cenário dado, à medida que não remete à imediata identificação de uma

relação de dominação explícita, apesar de potencialmente admiti-la. O eixo do construto habermasiano se funda na premissa do uso da linguagem como recurso pluralizador da vida pública e capaz de gerar normatizações potencialmente igualitárias e libertárias. A questão, entretanto, que se antepõe a esta premissa (entre outras tantas que não cabe aqui discorrer) advém da evidência de que a multiplicidade pode gerar resultados de soma zero, ou seja, não necessariamente o convívio da diferença leva a resultantes que contenham um determinado consenso, ou um consenso compatível com ideais éticos universalizáveis.

Para efeito da construção de uma visão sobre a conjuntura esboçada e sobre as estratégias a serem adotadas dentro dela, é preciso que sejam pensados os parâmetros a partir dos quais deve-se desenvolver a ação estratégica de grupos, cidadãos e setores organizados. O debate em torno da atualidade do conceito de sociedade civil tem apresentado dados novos sobre a ação de agentes organizados, como, por exemplo, a emergência de práticas de cidadania horizontalizadas, feitas por meio de alianças e articulações mais estreitas com os setores almejados, sejam civis ou estatais, cujos rendimentos são avaliados em termos dos resultados concretamente obtidos. Muitos destes resultados têm prescindido de uma necessária resposta do Estado, gerando novos ambientes públicos na grande esfera da vida privada.⁵⁶

Se na visão clássica do conceito de cidadania a fixação da garantia de direitos pelo Estado era a meta final do processo, a evidência contemporânea aponta para uma livre negociação de discursos que chegam a obter legitimidade sem a vinculação desta noção à presença do Estado. Também já não é pressuposta uma unicidade das ações de setores organizados diante do Estado. Este é o resultado de uma intensificação e diferenciação da experiência social, capaz de formular pactos localizados, promover suas próprias políticas públicas, dentro de um cenário político não mais identificável em função da centralidade da dominação de uma hierarquia de poder dentro ou fora do Estado.

Há, entretanto, uma diferença fundamental entre pluralidade e heterogeneidade na perspectiva conceitual destes movimentos. Ambos operam com a noção básica de diferença, mas o primeiro sugere um intrínseco otimismo na visão do convívio dos diversos interesses e discursos, fruto do espírito globalizado do multiculturalismo, já o segundo, parece mais habilitado a absorver inevitáveis tendências de conflito, formação de hierarquias e lutas pelo

⁵⁶ Vide DAGNINO, Evelina (org). Anos 90 – Política e Sociedade no Brasil. SP, Brasiliense, 1995; FERNANDES, Rubem C. Privado Porém Público –O Terceiro Setor na América Latina. RJ, Relume Dumará, 1994; DOIMO, Ana Maria. A Vez e a Voz do Popular. RJ, Relume Dumara, 1995.

poder dentro e fora de seu ativismo público e no processo interno de construção de suas concepções de si e da realidade, de suas decorrentes premissas, objetivos e ações concretas.

O mecanismo incorporativo cultural, no caso brasileiro, não assegura um movimento que possa ser identificado sob a rubrica de um multiculturalismo oriundo de uma horizontalização de hierarquias tradicionais de práticas e valores políticos e culturais. Resultados de soma zero, conflitos, incorporações parciais e mecanismos excludentes são variáveis expressivas neste processo. Isto é muito evidente nos conteúdos dos sistemas fechados de televisão. A diversidade temática, o ingresso em circuitos informativos científicos, históricos, culturais e políticos de origem estrangeira e a premissa em geral de aceitação da e de interação com a diferença, ancorados no horizonte de um supostamente desejado humanismo universalizável, estão seriamente comprometidos com incorporações seletivas da experiência e a consciência prática dos indivíduos. Há pólos especializados de produção destas informações, hegemonicamente oriundos de produtoras norte-americanas, que impõem um olhar específico sobre a diferença das diversas nacionalidades. A inescapável força da razão científica e tecnológica, o registro hermético da história, os recortes sensacionalistas das diversas práticas humanas e da natureza, entre outros recursos, não fazem conexão previsível com questões políticas e éticas próprias de cada região do território brasileiro.

As instituições de comunicação não podem ser vistas apenas como instâncias que respondem uma demanda social de fluxos globalizantes de comunicação, mas, primordialmente, como processos regidos pela crescente complexificação de suas estruturas materiais, organizacionais e formais de produção, em função da dinâmica de seus elementos internos e das suas ações e relações institucionais. Tais relações, no Brasil, encaminham a busca dos impactos da cultura global para as variáveis que restringem o acesso a ela; variáveis econômicas, jurídicas e políticas. Ela pressupõe indivíduos escolarizados e partícipes de circuitos econômicos mantidos somente pela estreita faixa constitutiva da classe média brasileira.

Que perspectiva, portanto, assumir diante da conjuntura dada, do ponto de vista da ação dos setores ligados às comunicações, de outros movimentos organizados e, sobretudo, a academia? Que trajetória autoreflexiva se esboça e que critérios norteariam uma mudança neste horizonte? A especificidade que se impõe neste caso é a de que o Estado é o interlocutor necessário, dado que será no interior de suas instâncias legislativas que se conformarão os parâmetros normatizadores das comunicações. A questão então se desloca para as formas de

relação com a esfera estatal, para o modo de compreender sua natureza, estrutura e dinâmica na atual conjuntura política brasileira.

Para Habermas, a política estatal cumpre hoje, essencialmente, uma função de normatizar expectativas de direitos. E isto se vincula à permanência do princípio da legitimidade do Estado como instância democrática. No debate sobre a crise do Estado de direito, o autor aponta para a evidência de uma sobrecarga advinda da necessidade de intervir em campos pressupostamente auto-reguláveis, como o econômico.⁵⁷ Suas formas de legitimação precisam aprender a conviver com instâncias que têm crescentemente alargado sua legitimidade pública fora do Estado, - ele cita como exemplo as grandes organizações, associações diversas, corporações, a mídia, entre outras - assumindo um poder caracteristicamente público de ação social. O que está em crise, para Habermas, é o “*velho problema do direito regulador*”⁵⁸, que subsume para si o exclusivismo da administração das tarefas de regulação de toda a vida social. Para o autor, a solução está no projeto de comunidades politico-jurídicas auto-organizadas.

O que enfim esta breve reflexão procurou apontar foram os momentos básicos em que a conjuntura dada em torno de momentos estruturais dos processos comunicativos contemporâneos e, em particular, brasileiros, como o conhecimento profundo das formas dinâmicas de convergência da mídia com as redes de informática e as telecomunicações, a pressuposição deste conhecimento para efeito da proposição de regulamentações na área de políticas de conteúdos compatíveis com esta dinâmica e, ao mesmo tempo, com as premissas da cidadania cultural e política e, por fim, as estratégias pelas quais é possível intervir neste cenário e formular novos avanços normativos da autodeterminação do público, em todos os seus novos e potenciais sentidos.

⁵⁷ HABERMAS, Jürgen. Direito e Democracia – entre facticidade e validade. VOL II. RJ, Tempo Brasileiro, 1997

⁵⁸ HABERMAS, Jürgen. Idem, p. 188.