

3

Comunicação Interpretada

A comunicação é dinâmica tão intrinsecamente inserida na vida social que inspira e provoca investigações de áreas diversas nas ciências sociais. O grupo de autores selecionados nesta bibliografia – filósofos, sociólogos e teóricos da comunicação – traz preciosas contribuições à reflexão sobre o direito à comunicação. Consideramos que uma análise meramente jurídica não alcançaria particularidades do instituto da comunicação como fato social. A razão do presente capítulo é, através de uma breve leitura dessa bibliografia, aprofundar o exercício crítico e propositivo a que este trabalho se dispõe: abordar o acesso ao direito à comunicação como problemática sociológica e perceber seus efeitos para além da esfera meramente legal.

John B. Thompson, sociólogo e professor na Universidade de Cambridge, é autor cujo objeto de estudo cruza a análise política com a prática de comunicação de massa. As obras *A Mídia e a Modernidade: uma Teoria Social da Mídia*(2008), e *Ideologia e Cultura Moderna: Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa* (2009) foram aproveitadas recortando a opinião crítica do autor com relação à comunicação e seus efeitos políticos. Sua posição em favor de uma regulação e do estabelecimento de uma política clara na área da comunicação é explícita e a nosso ver, bastante pertinente.

Manuel Castells, sociólogo e professor nas universidades de Berkeley e Annerberg, é um pesquisador dedicado, entre outros temas, à configuração da sociedade sob chaves informacionais. Desde sua obra sobre *A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura*, três volumes(1996 a 1998), Castells propõe uma análise crítica do papel social e dos desdobramentos das práticas comunicacionais, apontando a relação entre as estruturas empresariais de comunicação e o poder político. Seu mais recente livro, *Communication Power* (2009), é contribuição inestimável à análise da influência da comunicação e o poder.

Maurizio Lazzarato, sociólogo e filósofo; Christian Marazzi economista e professor; Franco Bifo Berardi, filósofo, pesquisador sobre mídia e professor; Giuseppe Cocco, professor e pesquisador, compõem um grupo de autores que nos fornece instrumental teórico para avaliar as dinâmicas econômicas e produtivas do mundo contemporâneo, todos são, cada um a seu modo, críticos do capitalismo pós-fordista e das relações de produção atuais. O trabalho imaterial e o semiocapitalismo são conceitos criados e desenvolvidos em temas que estes autores percorrem e que são bastante pertinentes ao debate sobre o mercado de comunicação de massa. A terminologia e categorização do capitalismo cognitivo nos são fundamentais para a questão da comunicação como capital.

Os autores Antonio Negri e Michael Hardt, em sua última obra, *Commonwealth* (2009), desenvolvem e enriquecem a teoria do *comum*, já mencionada no livro *Multidão* (2005), designação que, mais que mero conceito, se configura como projeto político, enriquecendo a abordagem que se pretende dar aos bens e valores que compõem a comunicação como direito.

3.1

A Comunicação Social e a Política – John B. Thompson

A objetividade na transmissão de informações jornalísticas é impossível, mas nem por isso deixa de ser uma meta indispensável.

O jornalismo, assim como o direito, deve buscar uma verdade total (ao menos em relação aos fatos relevantes [...]) e nada além desta. Mas os fatos não flutuam em um vácuo, fatos são construções humanas e adquirem significado quando conectados uns a outros e a um contexto (tradução nossa)¹²⁷.

A assertiva de Sheuer parece apenas refletir o bom senso, mas é uma obviedade relativa, facilmente descartada tanto quando se está criticando quanto defendendo os órgãos de comunicação. Saber que “nada é menos real que o

¹²⁷SHEUER, Jeffrey. *The Big Picture: Why Democracies Need Journalistic Excellence*. Nova Iorque: Routledge, 2007. p.67. “Journalism, like the law, must aim for the whole truth for (or at least all of the facts relevant to a story), and nothing but the truth. But facts do not swim in a void; facts are human constructs, and are meaningful only when connected to each other and to a context.”

realismo”¹²⁸, como disse a artista plástica americana Georgia O’Keefe, é estar consciente das limitações que, por inevitáveis, devem ser aceitas e examinadas.

O presente tópico pretende fazer uma breve abordagem desses limites à luz do pensamento do sociólogo John B. Thompson sobre os meios de comunicação. Partimos do pressuposto teórico de que a maior parte do conhecimento dos fatos que adquirimos ocorre fora de “nosso meio social imediato”¹²⁹, isto é, para além dos contatos feitos diretamente, mas é resultante da “recepção das formas simbólicas mediadas pela mídia”¹³⁰. Segundo Thompson, a atuação política seria toda e qualquer atividade num campo de ação e interação que nos proporcionasse a aquisição de formas para o uso de poder político, tal poder compreendido como a capacidade humana de intervir no curso dos fatos, influenciar atos e crenças e engendrar outros fatos mediante a produção e comunicação de formas simbólicas. Nesse sentido, a mídia operaria produzindo e reproduzindo capital simbólico.

Thompson caracteriza a comunicação de massa como a “produção e difusão de bens simbólicos”¹³¹. Para sua realização, desenvolvem-se instituições, “feixes relativamente estáveis de relações sociais e recursos acumulados [...] na produção em larga escala”¹³². Outra característica apontada pelo autor é a comunicação de massa instituindo uma “ruptura fundamental entre a produção e a recepção de bens simbólicos”¹³³. Tais bens seriam distantes topograficamente falando, se dando em outros espaços e lugares, sob a ação de outros sujeitos, afastados o emissor do receptor. Esta característica aumentaria a “acessibilidade das formas simbólicas no tempo e no espaço”¹³⁴. Ainda, outra característica da comunicação de massa que a distingue de outras formas de comunicação que utilizam os “mesmos meios técnicos de fixação e transmissão”¹³⁵ de mensagens, tais como

¹²⁸ Ibid., p.66. “‘Nothing is less real than realism’ wrote Georgia O’Keefe; ‘Details are confusing. It is only by selection, by elimination, by emphasis, that we get at the real meaning of things.’”

¹²⁹ THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna: Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa*. 8a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. p.285.

¹³⁰ THOMPSON (2009), loc. cit.

¹³¹ Ibid., p.289.

¹³² THOMPSON (2009), loc. cit.

¹³³ THOMPSON (2009), loc. cit.

¹³⁴ Ibid., p.290.

¹³⁵ Ibid., p.291.

uma gravação particular de vídeo, seria a pluralidade de receptores que é alcançada pela comunicação de massa.

Thompson utiliza a expressão comunicação de massa definindo que se trata de um conjunto de “instituições e produtos”¹³⁶, compreendendo livros, jornais, programas de rádio e televisão. Quanto aos meios e suportes tecnológicos pelos quais a comunicação opera, não há maiores questionamentos, mas quanto ao conceito de “massa”, o autor faz uma reflexão bastante oportuna:

Mas o que é ‘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. [...] 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 principio 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’. [...] tipo de cultura homogênea e branda, que diverte sem desafiar, que prende a atenção sem ocupar as faculdades críticas¹³⁷.

Atribuir aos receptores da comunicação de massa tal passividade, considerar que tudo que é enviado é absorvido sem quaisquer filtros interpretativos é uma ilação lamentavelmente comum: a concepção de massa de telespectadores como um ente passivo e absolutamente moldável é uma expressão conservadora e autoritária de preconceito elitista. Há poder em todas as instâncias sociais, e Thompson diferencia em quatro eixos o poder: econômico, político, coercitivo e simbólico, de acordo com a forma com que o indivíduo é afetado por este poder.

A primeira forma, o poder econômico, é composta por recursos materiais e financeiros e tem como instituições paradigmáticas as empresas comerciais. O poder político, por sua vez, teria como recursos a própria autoridade política e sua instituição fundante seria o Estado. O poder coercitivo se estabeleceria através da força física e armada, sendo composto por instituições autoritárias e disciplinares investidas dessa força armada: as organizações policiais, militares e as instituições

¹³⁶ THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: uma Teoria Social da Mídia*. 10ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p.30.

¹³⁷ THOMPSON (2008), loc. cit.

carcerárias. Por fim, o poder simbólico, compreendendo como suporte os meios de informação e comunicação e suas instituições paradigmáticas, seriam compostos não apenas pelas empresas de mídia e comunicação de massa, mas as escolas, universidades e igrejas¹³⁸. O poder simbólico ou cultural, segundo Thompson, se dá através de atividades que são: “produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas”¹³⁹, sendo o exercício deste poder uma característica fundamental da vida social:

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 simbólico¹⁴⁰.

A *posteriori*, no capítulo a seguir, nos dedicaremos a examinar a comunicação de massa sob a forma da televisão, um meio que manifesta de maneira cristalina como a “comunicação de massa implica a mercantilização das formas simbólicas no sentido que os objetos produzidos pelas instituições da mídia passam por um processo de valorização econômica”¹⁴¹. Isto por ser a televisão um dispositivo comunicacional que utiliza um grande volume de “deixas simbólicas”¹⁴². A força cognitiva da televisão se dá, entre outros fatores, pelo aproveitamento do simulacro da “interação face a face: os comunicadores podem ser vistos e ouvidos, movimentam-se através do tempo e do espaço da mesma forma que os participantes na interação social cotidiana”¹⁴³. Simulacro, pois apenas uma das faces emite; a outra face, o público telespectador, em princípio, não fala. Thompson descreve esse caráter monológico da televisão:

Como todas as formas de quase-interação mediada, a televisão implica um fluxo de mensagens predominantemente de sentido único: dos produtores para os receptores. As mensagens que são intercambiadas numa quase-interação televisiva são produzidas na sua maioria esmagadora por um grupo de participantes e transmitidas para um número indefinido de receptores, que têm relativamente poucas oportunidades de contribuir diretamente para o curso e o conteúdo da quase-interação. Há, é claro, algumas avenidas de intervenção abertas aos receptores. Eles podem telefonar ou escrever às companhias de

¹³⁸ Ibid., p.24.

¹³⁹ THOMPSON (2008), loc. cit.

¹⁴⁰ Ibid., p.24.

¹⁴¹ Ibid., p.33.

¹⁴² Ibid., p.85.

¹⁴³ THOMPSON (2008), loc. cit.

televisão para manifestar apoio ou repúdio a determinados programas. Eles podem formar grupos de pressão na tentativa de influenciar planos de programação. Alguns canais têm programas de ‘direito à resposta’ que permitem a um pequeno número de espectadores selecionados expressarem suas opiniões. Mas, na prática, estas avenidas de intervenção são usadas por muito poucos indivíduos. Para a grande maioria dos receptores a única maneira que eles têm para intervir na quase-interação é na decisão de sintonizar a televisão, de continuar com ela ligada, de prestar algum grau de atenção, de trocar de canal ou de desligá-la quando não tiver nenhum interesse na sua programação¹⁴⁴.

Essa ponderação sobre o poder de comunicação do receptor telespectador será oportunamente comentada, quando esse trabalho se dedicar ao tema da regulação dos meios de comunicação. Importa por enquanto, ainda que não se desenvolva o tema, assumir a premissa de que as instituições que operam o poder simbólico não devem deixar de ser governadas, fundamentando-se no princípio que Thompson denominou de:

[...] princípio do pluralismo regulado. [...] um referencial institucional que deveria ser criado e satisfazer – e, ao mesmo tempo, garantir – a existência de uma pluralidade de instituições da mídia independentes nas diferentes esferas da comunicação de massa¹⁴⁵.

Essa pluralidade de vozes, concretizadas em instituições independentes e autônomas, foi citada pelos pensadores liberais clássicos, defensores das liberdades individuais e da imprensa livre, luta desenvolvida ao longo dos séculos XVII, XVIII e XIX, acompanhando o desenvolvimento dos jornais e das indústrias de comunicação, na Europa ocidental, especialmente na Inglaterra, combatendo as iniciativas governamentais de “controlar, restringir e suprimir a publicação de jornais, panfletos e livros que eram comumente vistos pelos funcionários do governo como perigosos e depravantes [...]”¹⁴⁶. E foi devido a essas iniciativas repressoras que se iniciou e se desenvolveu a luta pela liberdade de expressão, inicialmente uma “uma luta contra o controle do estado, o qual assumiu uma variedade de formas, desde o estabelecimento de taxas e subsídios até a censura aberta”¹⁴⁷.

Pode-se compreender essa postura libertária ao desenvolvimento do pensamento democrático liberal que, entre outros valores, ocupava-se de defender

¹⁴⁴ Ibid., p.89.

¹⁴⁵ THOMPSON (2009), op. cit., p.338.

¹⁴⁶ Ibid., p.324.

¹⁴⁷ THOMPSON (2009), loc. cit.

a liberdade do indivíduo contra o poder estatal. Não por acaso remete-se a John Stuart Mill, Jeremy Bentham, James Mill, que produziram:

uma defesa eloquente e influente da liberdade de imprensa. Eles consideraram a expressão livre da opinião através dos órgãos de uma imprensa independente como o meio mais importante através do qual uma diversidade de pontos de vista poderia ser formada¹⁴⁸.

Tais argumentos liberais foram indispensáveis à evolução e amadurecimento do ideário sobre liberdade de expressão. Todavia, são pertinentes a uma problemática que perdeu seu contexto e fundamento tecnológico. A liberdade de imprensa do século XIX tinha como objeto e recursos, basicamente, os meios impressos, de materialidade absolutamente concreta. Hoje, no início do século XXI, em que acompanhamos a emergência do trabalho imaterial e da comunicação maciça e difusa em rede, os parâmetros de limitação se mostram tecnologicamente obsoletos.

Reconhecemos que possa soar ambivalente defender a livre expressão e ao mesmo tempo invocar a necessidade de parâmetros e condições para seu exercício. Passa pelo reconhecimento da relevância dos meios de comunicação como atores políticos a fundamentação para avaliação, crítica e responsabilização dos meios de comunicação. Ao contrário da aparente contradição, a regulação dos meios de comunicação, não em conteúdo comunicado, mas em forma e resultados, trará maior liberdade, pois esta não estará restrita apenas àqueles que detém o poder de comunicar, mas será franqueada a toda a massa, à multidão comunicativa.

3.2

Poder da Comunicação – Manuel Castells

“Poder é mais que comunicação e comunicação é mais que poder. Mas o poder se apoia no controle da comunicação e qualquer contra poder dependerá da

¹⁴⁸ THOMPSON (2009), loc. cit.

quebra deste controle”¹⁴⁹. Em seu último livro, “*Communication Power*”¹⁵⁰, de 2009, Manuel Castells reflete sobre a relação entre o poder constituído e a comunicação de massa nas sociedades contemporâneas. Suas reflexões partem do exame de dados concretos sobre propriedade dos meios de comunicação, a relação entre o controle dos meios de comunicação e o exercício do poder. Castells assume como premissa que o poder mais fundamental que pode ser exercido por um indivíduo sobre outro – é o de “moldar sua mente”¹⁵¹ – (*shaping the human mind*) não apenas nas relações entre indivíduos, influenciando concepções e valores, mas também no âmbito coletivo, “criando consensos e divulgando crises a fim de legitimar a atuação de instituições estatais”¹⁵². Castells justifica o objeto de sua análise fazendo menção à vasta literatura científica que se ocupa da relação entre teorias de comunicação e poder político sob enfoque cognitivo, e assume pretender cruzar esse conhecimento com sua experiência como sociólogo e pesquisador da linguagem¹⁵³.

Castells descreve o poder como o traço definidor de uma sociedade, um processo fundamental, uma vez que a sociedade é configurada, basicamente, por valores e instituições derivados e constituídos através de relações com o poder. Para Castells:

poder é a capacidade relacional que proporciona a um ator social influenciar assimetricamente as decisões de outro(s) ator(es) social(is), sob formas que favorecem o fortalecimento (*empowered*) de sua vontade, interesses e valores. O poder é exercido por meios de coerção (ou por sua possibilidade) e/ou construção de significados. Relações de poder são estruturados pela dominação, que é o poder manifesto das instituições sociais¹⁵⁴.

¹⁴⁹CASTELLS, op. cit., p.3. “*Power is more than communication, and communication is more than power. But power relies on the control of communication, as counterpower depends on breaking through such control. And mass communication, the communication that potentially reaches society at large, is shaped and managed by power relationships, rooted in the business of media and the politics of the state. Communication Power is at the heart of the structure and dynamics of society*”

¹⁵⁰Ibid.

¹⁵¹Ibid., p.3.

¹⁵²CASTELLS, loc. cit., “*The ability to build consent, or at least to instill fear and resignation vis-à-vis the existing order, is essential to enforce the rules that govern the institutions and organizations of society.*”

¹⁵³Ibid., p.5.

¹⁵⁴Ibid., p.10. “*Power is the relational capacity that enables a social actor to influence a symmetrically the decisions of other social actor(s) in ways that favor the empowered actor’s will, interests, and values. Power is exercised by means of coercion (or the possibility of it) and/or by the construction of meaning on the basis of the discourses through which social actors guide their*

O conceito de “ator social” aqui utilizado se refere não apenas a indivíduos, mas a organizações, instituições e comunidades. Castells já havia se dedicado à matéria da sociedade informacional em rede¹⁵⁵, especialmente na configuração da influência da sociedade ultra informada, com acesso à internet, donde se presume que sua visão crítica das estruturas de comunicação integra essa concepção de mundo globalizado não apenas economicamente, mas comunicacionalmente. Quando o autor faz a assertiva de que haveria um “apoio recíproco e complementar entre violência e discurso como mecanismos de produção de poder”¹⁵⁶, não se trata de uma teorização de um cientista político dedicado apenas ao estudo das relações políticas, mas um autor cuja obra se deteve sobre a estrutura comunicacional em rede.

Castells, leitor de Habermas, menciona a legitimação como eixo estabilizador das instituições políticas no exercício de suas ações e influências, e localiza a comunicação como elemento formador da sociedade, reconhecendo na comunicação a produção de sentido e conteúdo que determina os parâmetros dos discursos de poder. A institucionalização da violência sob a forma do poder é, de certa forma, uma reprodução da dominação cognitiva estabelecida e legitimada pela aceitação de normas e sentidos comuns. O discurso da violência é um discurso da agressão, mas também da disciplina e da norma¹⁵⁷. As instituições estatais, e além delas, as organizações civis e todos os discursos por estas produzidos que operam na vida social não são a expressão espontânea de uma sociedade, – esta não seria “uma caixa preta de significados polissêmicos cujas interpretações derivariam das perspectivas de seus atores sociais”¹⁵⁸, a sociedade é

action. Power relationships are framed by domination, which is the power that is embedded in the institutions of society”

¹⁵⁵ Ver: CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura – volume I. Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2010. 13ª reimpressão com novo prefácio; CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura – volume II. O Poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2010. 6ª edição; e: CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: Economia Sociedade e Cultura – volume III. Fim de Milênio*. São Paulo: Paz e Terra, 2010. 5ª edição.

¹⁵⁶ CASTELLS, op. cit., p.11. “*There is complementarity and reciprocal support between the two main mechanisms of power formation identified by theories of power: violence and discourse*”

¹⁵⁷ Ibid., p.13.

¹⁵⁸ Ibid., p.14. “*a black box of polysemic meaning whose interpretation depends on the perspectives of social actors*”

composta por relações sociais já cristalizadas em significados compartilhados e generalizados, – uma continuidade, mais do que uma dinâmica.

Castells menciona como fonte de poder político a soberania legislativa e seu comando direto sobre a autonomia dos indivíduos, mas localiza na força cognitiva do poder sobre a determinação de significados a mais importante forma de poder, pois altera e subverte valores e conceitos. Diz, explicitando sua posição sobre o protagonismo da comunicação como forma de influência: “a violência atua somente negativamente, destrutivamente; o dinheiro pode ser usado em duas dimensões, dando ou recebendo. O pensamento e o conhecimento podem transformar as coisas [...] tornar o efêmero permanente”¹⁵⁹.

Uma ideia central no pensamento de Castells é a de rede¹⁶⁰, sistema, que ele reconhece como “padrão fundamental de toda forma de vida”¹⁶¹, que é utilizada para assumir que a sociedade em rede é constituída por processos de produção e apropriação de valor que se dão, predominantemente, através de vias comunicacionais. Tanto o poder militarizado da dominação política explícita, como o poder difuso institucionalizado nas estruturas estatais e o poder econômico dos mercados, são todos dependentes das tecnologias de informação para seu estabelecimento, desenvolvimento e continuidade¹⁶². Castells valoriza a tecnologia de informação como instrumento de produção e dominação, não apenas construtivamente, formando conceitos, como também destrutivamente. Quem detém o poder, que não necessariamente será quem está no governo¹⁶³, decidirá o que possui ou não valor. Outro ponto a ser considerado no desenvolvimento das novas tecnologias comunicacionais são novas formas sociais para o tempo e o espaço: “espaço fluido (de fluxos)”¹⁶⁴ (*spaceflows*) e “tempo

¹⁵⁹ Ibid., p.16. “*Violence can only be used negatively; Money can only be used in two dimensions, giving and taking away. But knowledge and thoughts can transform things, move mountains and make ephemeral Power appear permanent*”

¹⁶⁰ Podemos perceber o Castells leitor de Deleuze e Guattari, especialmente da “Introdução: Rizoma” da obra “*Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia*”. Volume I. São Paulo: Editora 34, 1995. ver: “princípios de conexão e heterogeneidade” (p.15 e seguintes.).

¹⁶¹ CASTELLS, op. cit., p.21. “*Networks constitute the fundamental pattern of life, of all kinds of life.*”

¹⁶² Ibid., p.27.

¹⁶³ Ibid., p.28-29.

¹⁶⁴ Ibid., p.34.

intemporal” (*timeless time*)¹⁶⁵. Em teoria social, segundo Castells, espaço é definido como suporte material de práticas sociais, proporcionando simultaneidades. O desenvolvimento tecnológico das ferramentas comunicacionais está promovendo uma sensação de desacoplamento da continuidade e do compartilhamento. O “espaço fluido” se refere não somente à atuação simultânea em espaços físicos distintos, mas permite uma contiguidade à distância e também a interação dessincronizada. A manifestação no espaço é traço elementar para a análise de qualquer fato social, o que está sob exame aqui é a forma como essa espacialidade é subvertida pela comunicação, tornando-se uma dinâmica, em processo, absolutamente inserida nos fluxos de informação. O tempo, definido como ações em sequência, duração, (im)permanência, já foi avaliado como tempo burocrático, que seria um tempo organizado, disciplinado por ciclos não naturais, mas determinados pela medição do relógio¹⁶⁶. O uso de novas tecnologias de comunicação promove um aniquilamento da percepção sequencial do tempo, tornando todos os atos simuladamente simultâneos, ao vivo, negando a percepção da sequencialidade na sucessão natural do tempo passando, e ainda, comprimindo o tempo em atividades de resposta instantânea, atos sem duração, pela prática generalizada do trabalho multitarefa (*multitasking*) e uma proposital confusão entre a temporalidade dos eventos passados, a urgência do agora.

Na sociedade industrial, organizada em torno da ideia de progresso e desenvolvimento de forças produtivas, *se tornar* definiu o *ser*, o tempo se ajustou ao espaço. Na sociedade em rede, o espaço fluido dissolve o tempo desarticulando/desordenando a sequência dos fatos, tornando-os simultâneos nas redes comunicacionais, instaurando a sociedade numa *efemeridade estrutural*: o *ser* anula o *se tornar* [...] Espaço e tempo são definidos tanto pela emergência de uma nova estrutura social como pelas disputas de poder sobre a forma e programação desta estrutura. Espaço e tempo materializam as relações de poder na sociedade em rede. (grifo do autor).¹⁶⁷

¹⁶⁵ CASTELLS, loc. cit.

¹⁶⁶ Ibid., p.35.

¹⁶⁷ Ibid., p.36. “*In the industrial society, which was organized around the idea of progress and the development of productive forces, becoming structured being, time conformed space. In the network society, the space of flows dissolves time by disordering the sequence of events and making them simultaneous in the communication networks, thus installing society in structural ephemerality: being cancels becoming. [...] Space and time are redefined both by the emergence of a new social structure and by the power struggles over the shape and programs of this social structure. Space and time express the power relationships of the network society.*”

O advento da disseminação cada vez maior das formas de comunicação em rede não perfaz, como se presume, o surgimento de uma cultura global absolutamente homogeneizada. Segundo Castells, observa-se como tendência mundial a emergência da diversidade cultural, fragmentação mais que convergência. Protocolos comunicacionais entre culturas diversas tendem a ser um tema crítico para a política global, em esferas nacionais ou transnacionais, e a absorção e compreensão de conteúdos etnograficamente estranhos é uma pauta certa na agenda comercial de várias corporações. Mas não apenas interesses de mercado estão envolvidos:

A cultura comum na sociedade em rede global será uma cultura de protocolos de comunicação que proporcionam a comunicação entre diferentes culturas, baseada não em valores compartilhados, mas pelo compartilhamento do valor da comunicação¹⁶⁸.

A definição contemporânea de cultura vai além de seu conteúdo, compreende seu processo de formação e aquisição. A disseminação da comunicação em rede não se resumirá à mera difusão do conteúdo emitido pelas grandes corporações mundiais de mídia, nem pelas elites econômicas, nem tampouco o sonho idealista de um mundo sem fronteiras de cidadãos globalizados. O intercâmbio será a chave. Cada ponto da rede deve ser um vetor de emissão e recepção de sinais, como uma rede neuronal. As fontes sociais de poder clássicas: – violência e discurso, coação e persuasão¹⁶⁹ – não mudaram em essência ao longo do último século, mas a materialidade da violência e do discurso se reconfiguraram, se atualizaram. Enquanto a industrialização e produção comercial evoluíram desde seu surgimento (séculos XVII – XIX), à custa de formulações de decisões políticas em direção a uma possibilidade de agenciamento, controle e regulação, da exploração de recursos outrora considerados ilimitados, as principais crenças do capitalismo fordista tiveram que ser revistas em face da crise de produção que se anunciava no final do século XX, já sinalizando a falência do modelo de acumulação material e trabalho produtivo. A comunicação de massa, nesse momento, fica entre o ideal obsoleto de valor

¹⁶⁸Ibid., p.38. “*the common culture of the global network society is a culture of protocols of communication enabling communication between different cultures on the basis not of shared values but of the sharing of the value of communication.*”

¹⁶⁹ Ibid.,p.50.

acumulado estático e o trabalho imaterial, que surge dissolvendo as fronteiras entre a vida privada e a pública.

Castells vai apontar que na sociedade em rede atual a mídia opera segundo a lógica de mercado mais do que sob a égide de regulamentação advinda do poder estatal, mencionando uma tendência já documentada por diversos analistas, como de corporativização das mídias¹⁷⁰. Mas a concentração dos meios de comunicação não é um fato novo. Castells cita alguns exemplos históricos de controle exclusivo e oligopólio das mídias por autoridades, compreendendo:

O controle pelo clero da escrita de matriz litográfica na idade média, o controle da Igreja sobre a bíblia latina, o controle das gráficas pelos decretos, os sistemas de correios governamentais, [...] entre outros. Onde quer que se observe ao longo da história e geografia, há uma associação próxima entre a concentração de poder e a concentração de meios de comunicação [...]. no século XX, nos Estados Unidos, a ‘três grandes’ redes, ABC, CBS e NBC, dominaram tanto o rádio quanto a televisão até os anos 80¹⁷¹.

E prossegue, citando a progressão na hegemonia de determinadas empresas que mantêm esse monopólio na produção mundial: “em 2006, *Disney, Time Warner, NBC Universal, Fox Studios (News Corporation)* e *Viacom* respondiam por 79% da produção e 55% da distribuição de filmes no mundo”¹⁷². Não é preciso ser sociólogo para avaliar criticamente o ônus cultural da falta de opções na indústria do entretenimento cinematográfico, não somente para o mercado comunicacional, mas especialmente neste. É de intuitiva percepção o desequilíbrio de mercado quando temos apenas três opções de sabonete nas lojas – por exemplo. E o que dizer quando são apenas três grandes estúdios de cinema com capital para financiar sua distribuição nas salas de exibição do país? E que pensar se juntamente à produção cinematográfica, esses estúdios fazem parte de corporações societárias que incluem canais de televisão a cabo, revistas e jornais?

¹⁷⁰ Ibid., p.74.

¹⁷¹ Ibid., p.75. “including the priesthood’s control of clay-stylus writing, the Church’s control of the Latin Bible, the chartering of the presses, government mail systems, [...] among others. Wherever we look across history and geography, there is a close association between the concentration of power and the concentration of communication media [...]. In the twentieth century, in the United States, the “big three” networks, ABC, CBS, and NBC, dominated both radio and television into the 1980s”

¹⁷² Ibid., p.74-75. “[...] For example, in 2006, *Disney, TimeWarner, NBC Universal, Fox Studios (News Corporation)*, and *Viacom* accounted for 79 percent of film production and 55 percent of film distribution globally.”

Não que o conteúdo de cada um desses veículos seja idêntico, que haja uma hegemonia absoluta. Mas não há como negar que em todos os meios de comunicação há uma edição, um recorte editorial, um olhar. E este sempre se manifestará em escolhas, seleções.

Um exemplo citado por Castells de como uma expressão ou ideia pode estar sendo mantida sobre controle em simultâneas mídias é sobre a tentativa de abafar a repercussão sobre as imagens de tortura produzidas na prisão iraquiana de Abu Ghraib em 2006:

Os esforços para limitar a exposição das imagens de Abu Ghraib na esfera pública americana tiveram uma dimensão extraordinária. Por exemplo, quando o célebre pintor colombiano Fernando Botero mostrou suas espantosas pinturas sobre as torturas de Abu Ghraib em importantes galerias de arte europeias, suas ofertas para levar sua exposição para os Estados Unidos foram polidamente recusadas pelas maiores galerias do país. Finalmente, o Centro de Estudos Latino-americanos na Universidade da Califórnia, Berkeley, montou uma exposição com as pinturas em sua biblioteca e foi aclamada tanto pelo público e pela crítica. Botero então doou as obras para Berkeley, onde permanecem em exposição. Entretanto, o testemunho artístico de Botero foi cuidadosamente removido do debate público por conta de sua natureza controversa, ao invés de servir de inspiração por uma conhecida realidade. Todavia, uma realidade sem imagens é uma realidade enfraquecida¹⁷³.

Os meios de comunicação que Castells examina são vários, mas a ênfase é na comunicação de massa. Para o tema que a nós é relevante, a televisão em rede aberta, o autor a insere no rol de meios de comunicação de massa unidirecionais, em que há um emissor para vários receptores. Mesmo avaliando que a oferta de entretenimento pelos canais de televisão a cabo é tendência crescente e irreversível, Castells admite que a televisão aberta está “viva e passa bem”,

¹⁷³ Ibid., p.161. “*The effort to limit the exposure of Abu Ghraib images in the American public sphere at times involved extraordinary lengths. For example, when the celebrated Colombian artist Fernando Botero exhibited his stunning paintings of the Abu Ghraib tortures in leading European art galleries, his repeated offers to bring the exhibit to the United States were politely rebuffed by all major galleries in the country. Finally, the Center of Latin American Studies at the University of California, Berkeley, exhibited the paintings at the university’s library to the acclaim of art critics and visitors alike. Botero then donated the paintings to Berkeley, where they are still on display. But Botero’s artistic testimony was carefully removed from the public debate in America because of its controversial nature, in spite of being inspired by a well-known reality. Yet a reality without images is a faded reality.*”

permanecendo em primeiro lugar como mídia de massa nesse início do século XXI¹⁷⁴.

Considerando a comunicação como o compartilhamento de significados, e a mente também um processo de criação e manipulação de imagens mentais – Castells, leitor e amigo do neurologista Antônio Damásio, se dedica à relacionar a produção de imagens mentais e a rede neuronal com a emissão de imagens visuais e a rede comunicacional¹⁷⁵.

A participação de Castells no debate contemporâneo sobre os poderes da comunicação é maior e mais relevante que os aspectos aqui destacados, sua reflexão sobre a influência dos meios de comunicação na estrutura social enriquece e fortalece o argumento defendido nessa dissertação de que os poderes envolvidos na comunicação são mais que simples dispositivos informacionais. A demanda por uma apreciação crítica do mercado de comunicação é uma realidade a ser enfrentada no Brasil que se quer democrático.

3.3

Comunicação e semiocapitalismo – Lazzarato, Bifo e Marrazi

Um dos pressupostos que essa pesquisa assume é de que as mídias, os meios de comunicação de massa, desempenham um papel político na organização da sociedade. A mídia é vista como porta voz de certa opinião pública, que na realidade é quase sempre legitimada de forma autorreferente por estar expressando mais as opiniões de seus atores próprios do que da multidão de seu público. Apesar da platidão fartamente reproduzida pela própria mídia de que esta é essencial à democracia, observa-se que sua prática é bastante antidemocrática¹⁷⁶.

¹⁷⁴ Ibid., p.59. “So, television is alive and well, and remains the foremost mass communication medium in the early twenty-first century.”

¹⁷⁵ Ibid., p.140.

¹⁷⁶ COCCO, Giuseppe. A crise da política é a crise da representação e da grande mídia. In *LUGAR COMUM- Estudos de mídia, cultura e democracia*, LATeC- Laboratório Território e Comunicação/UFRJ e da Rede Universidade Nômada. Nº 28, 2009. p.84.

Ao se criticar a grande mídia como centralizadora, não se tem como objetivo avaliar seu conteúdo sob categorias qualitativas, mas examinar a comunicação como exercício de subjetivação e acoplamento a interesses privados que se está ponderando. Há razoável produção teórica que já identificou na mídia brasileira os grandes jornais atuando mais como “oposição ao governo Lula” do que como órgãos meramente informativos¹⁷⁷, por exemplo.

É inegável a conjunção de fatores econômicos e políticos como determinantes para os objetivos finais dos meios de comunicação. Afinal, com exceção do canal de TV aberta da Rede Brasil, são todas empresas privadas. Há hoje uma percepção mais clara da conexão entre a produção de valor econômico com a produção de conhecimento. Muito embora essa união de valor econômico com valor cognitivo não seja propriamente uma novidade – desde a revolução industrial há o aproveitamento do conhecimento aplicado no desenvolvimento das próprias máquinas, suas tecnologias e usos, e depois com a organização do trabalho e da produção com novas técnicas produtivas e disciplinares¹⁷⁸, todavia, o que se identifica é um novo modelo de produção que se baseia na geração de um capital cognitivo, fluido, um “semicapital”. A cognição sempre fez parte da produtividade humana. Mesmo na mais mecânica das atividades, não há forma de trabalho que, por mais limitada e repetitiva, não requeira alguma forma de engenho mental. O que se está afirmando é que a capacidade cognitiva passou a ser o valor preponderante na escala de produção.

Por “capitalismo cognitivo”¹⁷⁹ se está fazendo referência a uma categoria teórica que pretende dar conta das mutações recentes do capitalismo industrial, a partir da observação de que teria havido um desenvolvimento das práticas de produção de matriz fordista, fundamentadas e estruturadas na produção e acumulação, em sinergia com a divisão do trabalho em tempo e espaço mensuráveis e acumulativos¹⁸⁰. A fase pós-fordista é caracterizada pela difusão de

¹⁷⁷ Ibid., p.82.

¹⁷⁸ RULLANI, Enzo. El capitalismo cognitivo: ¿Un déjà-vu? In LAZZARATO, Maurizio; BOUTANG, Yann Moulner *et al.* *Capitalismo Cognitivo, Propriedade Intelectual y Creación Colectiva*. Madri: Traficantes de Sueños, 2004. p.99-100.

¹⁷⁹ Sobre este tema ver, entre outros: BIFO (2003), COCCO (2003), LAZZARATO (2004), MARAZZI (2008) e NEGRI (2005, 2009).

¹⁸⁰ RULLANI, loc. cit.

novas tecnologias de comunicação e informação. Como o conhecimento não é um valor estável, estático e linear no tempo, e sua escassez é artificial, produzida, sua imaterialidade impede que seu consumo se dê sob forma destrutiva, esgotante, assim como sua distribuição não o fragmenta¹⁸¹. É preciso identificar a questão dos direitos autorais como um fator limitador da disseminação do conhecimento, especialmente na produção cultural de consumo e na linguagem informacional¹⁸². Mas o conhecimento aqui mencionado não é um bem cujo valor seja proporcional à sua escassez, seu consumo não lhe retira utilidade, pelo contrário, as ideias prosperam, se desenvolvem e ganham vida ao serem propagadas. Falar de troca no campo cognitivo é apenas uma alegoria, pois “quem dá não perde o que deu, e quem recebe não adquire privando outro”¹⁸³.

A modernidade pode ser considerada, segundo Franco Berardi, “história de modelação da sensibilidade, refinamento e disciplinamento de formas cognitivas, expressadas e manifestas em novas formas de tolerância e criatividade mas incluindo também novas formas de barbárie e de conformismo”¹⁸⁴. Todos os movimentos revolucionários do século XX se fundamentaram em “métodos cognitivos dialéticos”¹⁸⁵. A comunicação como engenharia da imaginação desempenhou um papel estratégico na influência sobre os indivíduos, não para informá-los ou instruí-los a fim de torná-los mais aptos e capazes de exercer sua autonomia individual, mas, muitas vezes, apenas tornando-os meros “terminais humanos compatíveis com o circuito produtivo de conteúdo”¹⁸⁶.

As tecnologias para a produção de informação, em sua grande maioria, são propriedade privada, de forma que a periferia do sistema capitalista fordista que

¹⁸¹BIFO, Franco Berardi. *La Fabrica de la Infelicidad – Nuevas Formas de Trabajo y Movimiento Global*. Madri: Traficantes de Sueños, 2003. p.16.

¹⁸² Sobre este tema ver: MONCAU, Luiz Fernando Marrey. *Liberdade de Expressão e Direito Autoral: Mapeando um conflito ressignificado pela Tecnologia*. Dissertação de mestrado do Programa de Pós Graduação do Departamento de Direito da Puc-Rio. 2011.

¹⁸³CORSANI, Antonella. “Elementos de uma ruptura: a hipótese do capitalismo cognitivo” In: COCCO, Giuseppe; GALVÃO, Alexander Patez; SILVA, Gerardo. (orgs.). *Capitalismo Cognitivo: Trabalho, Redes e Inovação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p.28/29.

¹⁸⁴BIFO, Franco Berardi. *Generación Post-Alfa: Patologias e Imaginários en el Semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2007. p.15.

¹⁸⁵Ibid., p.7.

¹⁸⁶Ibid., p.95.

até então não dispunha de acesso aos meios de produção¹⁸⁷, em face do advento da internet, se torna menos periférica. Na atualidade semiocapitalista, “o acesso a um bem é mais importante que sua aquisição e sua posse”¹⁸⁸. E isso em consonância com uma percepção da subjetividade não mais limitada pela ideologia tal como Marx definiu: – engano, falsa consciência, mascaramento da realidade –, mas inserida numa microfísica das necessidades, do imaginário, do desejo¹⁸⁹. É considerar esse sujeito individual como subjetivação, pois um sujeito não será mais “algo dado, socialmente determinado e ideologicamente coerente”¹⁹⁰, mas uma usina de desejos, tal como no inconsciente anti-edipiano descrito por Deleuze e Guattari, e o “imaginário social não será um teatro, mas um laboratório”¹⁹¹, o *locus* desse homem, produtor e consumidor dinâmico de conteúdo informacional. Sabendo-se que qualquer valor será resultante de uma ação humana, entendendo-se as palavras e o conhecimento como resultados de alguma forma de trabalho humano, sem sujeito comunicante não existirão em estado natural “palavras e mensagens, uma vez que produzidas pelo homem [...] elas também são produto de trabalho”¹⁹².

A questão da linguagem à luz dos novos paradigmas de produção seria tema para extensa reflexão, que não é o objeto deste trabalho, importa aqui destacar a observação aguda de determinados autores contemporâneos, Lazzarato, Bifo, Marazzi, Negri e Cocco, cujo olhar sobre como o “produzir” veio a se confundir com o “comunicar”¹⁹³. O mais relevante é o ponto de vista crítico que interpreta as transformações socioeconômicas e políticas definindo a comunicação como núcleo das inovações produtivas e tecnológicas:

¹⁸⁷SANTOS, Milton. *Por uma Outra Globalização. Do Pensamento Único à Consciência Universal*. 20ª edição. São Paulo: Record, 2000. p.39.

¹⁸⁸LAZZARATO, Maurizio. “Trabalho e capital na produção dos conhecimentos: uma leitura através da obra de Gabriel Tarde” In: COCCO, Giuseppe; GALVÃO, Alexander Patez; SILVA, Gerardo. (orgs.). *Capitalismo Cognitivo: Trabalho, Redes e Inovação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p.77.

¹⁸⁹ Sobre a microfísica do desejo: DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O Anti-Édipo. Capitalismo e Esquizofrenia 1*. São Paulo: editora 34, 2010. Em especial o trecho sobre psicanálise e capitalismo, p.390 e seguintes.

¹⁹⁰ BIFO (2007), op. cit., p.51.

¹⁹¹ Ibid., p.161.

¹⁹²ROSSI-LANDI, Ferruccio. *A Linguagem como Trabalho e como Mercado: uma Teoria da Produção e da Alienação Linguísticas*. São Paulo: Difel, 1985. p.64.

¹⁹³MARAZZI (2009), op. cit., p.26.

Comunicação e produção se sobrepõem no novo modo de produzir, enquanto que no fordismo a comunicação era justaposta com relação ao processo produtivo. [...] Os ganhos de produtividade já não se efetuam com 'economias de escala'-aquelas que, no fordismo, eram obtidas com o aumento da quantidade dos bens produzidos. [...] Eles serão obtidos com a produção de pequenas quantidades de numerosos modelos do produto, com uma redução a zero dos defeitos e com rapidez de resposta diante das oscilações de mercado¹⁹⁴.

Não se pretende afirmar, todavia, que não haja mais comunicação gratuita, de prazer estético ou erótico, de pura fruição e afeto. A categoria sob a qual se inscreve a comunicação é a vinculada ao capital cognitivo, e este nem sempre pode ser traduzido economicamente. Nem todo signo possui liquidez semiológica traduzível economicamente. Mas nos é pertinente, principalmente se pensarmos que a mídia de massa opera em larga escala, que a integração da atividade meramente intelectual ao processo produtivo é o caminho pelo qual se tem concretizado nas últimas décadas a conexão definitiva “do modelo capitalista com o sistema nervoso da humanidade”¹⁹⁵. Essa integração entra a comunicação e a dinâmica da subjetividade humana não é recente, vem sendo engendrada pelo desenvolvimento tecnológico do último século:

Desde o final do século XIX, o poder das máquinas de expressão foi multiplicado pelos dispositivos tecnológicos de reprodução que agem a distância (rádio, telefone, televisão, internet). As redes e o fluxo de cooperação entre os cérebros, e as forças vivas que animam essas redes (a memória e seu *conatus*, a atenção), foram reduplicadas pelas redes, fluxos e memórias artificiais. A co-criação e a co-efetuação da cooperação são ativadas, estruturadas e controladas por uma potência de agenciamento, de disjunção e coordenação, que implica, ao mesmo tempo, forças humanas e *des-humanas*.

Os processos de criação e efetuação de mundos serão doravante indissociáveis de uma política de redes, de fluxos e de memórias artificiais. A circulação da palavra (agenciamentos de enunciação), das imagens (percepção comum), dos conhecimentos, das informações e dos saberes (inteligência comum) é o lugar de enfrentamento, ao mesmo tempo estético e tecnológico, espaço de uma batalha pela criação do sensível e dos dispositivos de expressão que o efetuam.¹⁹⁶

Sendo a informação não somente “transferência de signos”¹⁹⁷, informação é criação de formas, de valores. A produção de capital associada à subjetividade em sociedade são os fatores que tornaram a comunicação “tão importantes quanto a

¹⁹⁴Ibid., p.15.

¹⁹⁵BIFO (2003), op. cit., p.124. “*El proceso de integración de la actividad intelectual en el proceso productivo es el camino por el que se ha realizado, en los últimos decenios, la definitiva conexión del modelo capitalista con el sistema nervioso de la humanidad.*”

¹⁹⁶LAZZARATO, Maurizio. *As Revoluções do Capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006. p.159.

¹⁹⁷ BIFO (2003), op. cit., p.54.

energia elétrica na época da produção mecânica. De fato, a comunicação lubrifica todo o processo produtivo, de uma ponta à outra, da produção à distribuição-venda das mercadorias e ao retorno”¹⁹⁸.

Ao mesmo tempo em que todo ato de transformação pode, em alguma instância, ser substituído por uma narrativa, o processo de trabalho se confunde com a produção cognitiva, e tal produção é central para a economia atual¹⁹⁹. No capitalismo cognitivo, ocorre um tipo de “regime econômico que se nutre do trabalho mental de um número ilimitado de agentes precários e fractais, frações de tempo mental em constante interação, terminais vivos da rede produtora de valor cognitivo”²⁰⁰. O trabalho no capitalismo cognitivo será sempre eivado de atos comunicativos²⁰¹, mas enquanto se anunciam a apropriação do imaginário e da atenção – “força intensiva, *conatus* do cérebro”²⁰², cabe refletir sobre a inquietude da posse da fala, na indagação de Lazzarato:

A quem pertence a palavra? Ela é minha, dos outros, de qualquer um? Podemos ser proprietários de um bem comum, como é a palavra, como podemos ser proprietários de uma coisa? A palavra (e, de modo geral, o signo) é interindividual. Tudo o que é dito, tudo o que se expressa, situa-se fora da alma, fora do locutor, não lhe pertence exclusivamente. Não poderíamos abandonar a palavra a um só locutor. O autor (o locutor) possui direitos imprescritíveis à palavra, mas aquele que escuta, ele também tem seus direitos, assim como todos aqueles cujas vozes ressoam na palavra tem os seus direitos sobre ela²⁰³.

A palavra é a ponte, o meio através do qual se dá a troca simbólica. A difusão e prevalência dos meios de comunicação de massa unidirecionais, como a televisão, pode estar produzindo uma homogeneização no ambiente cognitivo neuronal coletivo, que Franco Berardi denomina “aculturação pós-alfabética”²⁰⁴, onde se perdem perspectivas de pontos de vista distintos, pela massificação dos discursos:

Na base da televisão, tanto os monopólios estatais (como é o caso da Europa) quanto os monopólios privados das grandes empresas de comunicação (como nos

¹⁹⁸ MARAZZI (2009), op. cit., p.16.

¹⁹⁹ BIFO (2007), op. cit., p.107.

²⁰⁰ Ibid., p.96.

²⁰¹ BIFO, Franco Berardi. *The Soul at Work – From Alienation to Autonomy*. Los Angeles: Semiotext(e), 2009. p.86.

²⁰² LAZZARATO (2006), op. cit., p.161.

²⁰³ Ibid., p.163.

²⁰⁴ BIFO (2007), op. cit., p.18.

Estados Unidos) transformaram o dispositivo tecnológico do vídeo – que em si constitui uma possibilidade de expressão e de captura recíproca entre mônadas – em dispositivo político de centralização, de captura unilateral e de neutralização da relação acontecimental. A co-criação e a co-efetuação da palavra são assim reduzidas a uma simples circulação de informações. O plurilinguismo potencial do vídeo é reduzido a um monolinguismo. [...]A história da humanidade jamais conheceu um poder semântico e linguístico tão extenso e tão concentrado. [...]Com a centralização e organização do monolinguismo, a televisão torna-se uma máquina de constituir maiorias, de criar um homem mediano e formar os padrões de subjetividade que neutralizam todo devir, que se opõe ao agenciamento das singularidades e à sua proliferação minoritária. O índice de audiência dá a medida deste homem médio, da média dos desejos e crenças da maioria. A constituição do homem médio não é resultado do intercâmbio econômico (como acreditava Adam Smith), mas da troca comunicacional. A multiplicação dos canais, das informações, das emissões é uma multiplicação de escolhas fixadas e programadas pelo marketing e pelo índice de audiência, e não o aumento da capacidade de se abrir aos possíveis. É um aumento da comunicação e na da criação. E age mesmo de uma forma patológicas sobre a subjetividade, que fica sufocada por uma série de alternativas (se é que temos algum meio de acesso a elas), de cuja construção não participou²⁰⁵.

A análise produzida pelos autores que abordam o semiocapitalismo, percebendo o conteúdo e a forma da comunicação de massa como meios de produção de discursos políticos, nos instrumentaliza teoricamente. Perceber que mesmo quando a televisão não está mostrando explicitamente temas institucionais ligados ao Estado, ela está gerando, produzindo e reproduzindo sentidos e significados que reverberam na forma de ver o mundo. Perceber e examinar a comunicação televisiva como agente político – informativo, deformativo ou alienante –, é compreender que os discursos ali manifestados são dotados de componentes tão estratégicos quanto discursos oficiais institucionais. Ousamos dizer que talvez até de forma mais intensa, por estarem tais mensagens difusas e diluídas em contextos de entretenimento, dissociadas do status de oficialidade que detêm as transmissões de discursos institucionais.

3.4

Comunicação e *Comum*²⁰⁶ – Negri e Hardt

Bens *comuns*, na lição de Lazzarato, são aqueles:

²⁰⁵ LAZZARATO (2006), op. cit., p.167-170.

²⁰⁶ Optou-se por diferenciar grifando em itálico o *comum* objeto de análise aqui, do “comum” em sua acepção vulgar de geral, partilhado, público, universal.

[...] que pertencem a todos – como a água, o ar, a natureza -, mas são criados e realizados segundo as modalidades que Marcel Duchamp descreveu para a criação artística: a obra de arte é metade o resultado da atividade do artista e metade o resultado da atividade do público (os que olham, lêem, escutam). É exatamente essa dinâmica 'artística', não mais aquela do produtor ou do consumidor, que se encontra em ação na criação e na realização dos bens *comuns*²⁰⁷. (grifo nosso)

Os bens produzidos pelo sistema capitalista fordista pressupõem uma fruição e apropriação geralmente individual. Mesmo quando uma coletividade detém um condomínio, cada indivíduo proprietário detém uma propriedade singular dissolvida na do grupo²⁰⁸. Todas as decisões que são tomadas com relação àquele bem deverão contar, imprescindivelmente com a anuência dos outros. Há que haver unanimidade, isto é, uma soma das decisões individuais. Com os bens *comunstal* não ocorre. O *comum* não pode ser apropriado individualmente e nem propriamente pelo coletivo. *Comum* é além da propriedade, é anterior, externo à ela. No sistema de bens normais, cada troca é sempre um pouco econômica: adquire-se, consome-se e o bem é alienado. No caso dos bens *comuns*, se dá o inverso: o valor do bem não só não se perde, como aumenta através de sua difusão e compartilhamento. É um consumo que não extingue, não destrói, não consome, é um bem cujo uso é por essência compartilhável, ao mesmo tempo em que é em si indivisível.

Na obra *Multidão* (2004)²⁰⁹, Negri e Hardt mencionam a produção do *comum* como fator de deslocamento das divisões entre público e privado, indivíduo e sociedade, subjetivo e objetivo, identificando uma tarefa para a teoria jurídica do *comum*: desenvolver uma completa revisão do conceito de interesse público.

²⁰⁷LAZZARATO (2006), op. cit., p.135.

²⁰⁸Vejamos o dispositivo legal sobre a matéria: Art. 1.314, do Código Civil, Lei 10.406 de 2002. “Cada condômino pode usar da coisa conforme sua destinação, sobre ela exercer todos os direitos compatíveis com a indivisão, reivindicá-la de terceiro, defender a sua posse e alhear a respectiva parte ideal, ou gravá-la. Parágrafo único. Nenhum dos condôminos pode alterar a destinação da coisa comum, nem dar posse, uso ou gozo dela a estranhos, *sem o consenso dos outros*.” (grifo nosso)

²⁰⁹HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Multidão. Guerra e Democracia na Era do Império*. Rio de Janeiro: Record, 2005. p.263 e seguintes.

Aqui gostaríamos de dar atenção ao conceito de “multidão”²¹⁰. Segundo Negri, multidão é “o nome de uma imanência [...] um conjunto de singularidades”²¹¹. O filósofo historiciza, partindo da tradição moderna de estabelecimento de hegemonia do poder na figura de um soberano, e do povo como a imagem e manifestação de caos e guerra. É o delineamento do “conceito de povo [...] dentro da tradição hegemônica da modernidade [...] Hobbes, Rousseau e Hegel”²¹² que vai dissolver a potência da multidão na imagem de um povo-massa passivo. Segundo Negri, o pensamento oriundo da modernidade abstrai a “multiplicidade de singularidades”²¹³ em nome de uma formulação de direito natural que vai ser “sempre um pensamento da transcendência e da dissolução do plano de imanência”²¹⁴.

A multidão negriana é produtiva e dinâmica, e seu conceito de potência abrange “singularidades que se encontram em cooperação para além do mensurável”²¹⁵. É oportuno cruzar essa concepção de multidão que é ao mesmo tempo “sujeito e produto de práticas coletivas”²¹⁶ com a massa receptora dos meios de comunicação. Segundo o próprio Negri, a fonte original do discurso sobre a multidão remonta a interpretações da filosofia de Spinoza, e “como temática inteiramente spinozista temos, antes de qualquer outra, a do corpo, em particular o corpo poderoso. ‘Não sabeis o quanto pode um corpo’. E a multidão é o nome de uma multidão de corpos”²¹⁷. A apropriação do conceito de multidão seria oportunistamente utilizada para:

[...] nomear uma força social irracional e passiva, violenta e perigosa que, justamente por isto, é facilmente manipulável. Ao contrário, a multidão constitui um ator social ativo, uma multiplicidade que age. Diferentemente de povo, a multidão não é uma unidade mas, em contraste com as massas e a plebe, podemos vê-la como algo organizado. Trata-se, na verdade, de um ator ativo da auto-organização. Uma das grandes vantagens do conceito de multidão é assim o de neutralizar o conjunto de argumentos modernos assentados sobre a premissa do “temor às massas” ou sobre a “tirania da maioria”, argumentos frequentemente

²¹⁰ Sobre o tema ver: HARDT; NEGRI (2005).

²¹¹ NEGRI, Antonio. Para uma definição ontológica da multidão. In *LUGAR COMUM- Estudos de mídia, cultura e democracia*, LATEC- Laboratório Território e Comunicação/UFRJ e da Rede Universidade Nômade. Nº 19-20, 2004. p.15.

²¹² NEGRI, loc. cit.

²¹³ NEGRI, loc. cit.

²¹⁴ NEGRI, loc. cit.

²¹⁵ NEGRI (2004), op. cit., p.17.

²¹⁶ NEGRI (2004), op. cit., p.20.

²¹⁷ NEGRI (2004), loc. cit.

utilizados como uma forma de chantagem para nos forçar a aceitar (e até mesmo reclamar) nossa própria servidão²¹⁸.

Inserido profundamente no modo de produção imaterial que caracteriza nossa época, onde se confundem a “produção de mercadorias com a reprodução de subjetividades”²¹⁹, o conceito de multidão aqui será o da potência.

A partir da problematização pós-moderna da produção biopolítica, em como se dar conta do retorno do interesse público ao controle privado em instâncias reguladoras compostas de singularidades, o “interesse *comum*, em contraste com o interesse geral, que fundamentava o dogma jurídico do Estado-nação, é na realidade uma produção da multidão”²²⁰ (grifo nosso). O interesse *comum* é “um interesse geral que não se torna abstrato no controle do Estado”²²¹.

O conceito moderno de Estado foi legitimado e concretizado através das formas legais e jurídicas originadas e desenvolvidas à luz do ideal de um bem público como patrimônio do Estado e do princípio do interesse geral como um atributo da soberania estatal. O *comum* surge, como tudo que é geral ou público, reapropriado e gerido pela multidão. Em paralelo à percepção do *comum*, também surge uma diferenciação nas formas de riqueza, referentes aos bens que são escassos e, distintos destes, o bens *comuns*²²².

No livro *Commonwealth* (2009)²²³, Negri e Hardt avançam na elaboração do conceito de *comum*, essa matéria da substância da democracia multitudinária. Por *comum* compreendendo-se “primeiramente bens comuns materiais, o ar, a água, os frutos do solo [...] o que nos textos europeus de política clássica são identificados como pertencentes à humanidade”²²⁴. E considerar como especialmente *comuns* os resultados da produção e engenho humanos, o conhecimento, a linguagem, informações e códigos, afetos etc., priorizando esse

²¹⁸ NEGRI (2004), loc. cit.

²¹⁹ NEGRI (2004), loc. cit.

²²⁰ HARDT; NEGRI (2005), op. cit., p.268.

²²¹ HARDT; NEGRI (2005), loc. cit.

²²² LAZZARATO (2006), op. cit., p.139.

²²³ HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Commonwealth*. Cambridge: Harvard University Press, 2009.

²²⁴ *Ibid.*, (p.viii – prefácio). “the common wealth of the material world – the air, the water, the fruits of the soil, and all nature's bounty- which in classic European political texts is often claimed to be the inheritance of humanity as a whole, to be shared together”

reconhecimento destas atividades quando desenvolvidas através da interação, da coabitação, do cuidado, se dando em um mundo compartilhado.

O conceito de *comum* enriquece a abordagem da comunicação como linguagem, que é bem *comum* por excelência, nos reclamando a reflexão sobre a natureza livre e não aprisionável da língua. O *comum* remete a uma esfera não aprisionável dos bens, uma nova chave sob a qual se podem interpretar e avaliar os projetos político e econômico do capital:

[...] frequentemente assume-se que a única cura para os males da sociedade capitalista seja uma regulação pública e uma administração econômica keynesiana ou socialista [...] já os males socialistas são tratados apenas pelo controle da propriedade privada capitalista. Socialismo e capitalismo, muito embora sejam regimes que por vezes se combinam e por outras entram em conflito, são ambos regimes de propriedade que excluem o *comum*²²⁵.

O *comum* é alheio à dicotomia privado *versus* público, a forma de sua fruição e propriedade não pode ser categorizada como capitalista nem socialista. A produção econômica está em transição, a crise mundial dos mercados financeiros mundiais em 2008 ainda se reflete e reverbera na instabilidade dos mercados financeiros europeus e norte-americano em 2011. O projeto político de produção de capital se encontra cada vez mais vinculado às relações e dinâmicas sociais, se tornando biopolíticas²²⁶. A contradição apontada por Marx entre a natureza social da produção capitalista e a natureza privada da acumulação se intensifica ao máximo no contexto desta produção biopolítica²²⁷.

A despeito da sua aparente intangibilidade, o direito *comum* é manifesto e sempre fez parte da sociedade, ainda que não explicitado ou disfarçado sob formas cifradas²²⁸. Os meios de produção colaborativos, as representações no imaginário, criações vivas, sempre estiveram fundadas em alguma instância do *comum*. Um exemplo dado pelos autores se refere à avaliação econômica de uma

²²⁵Ibid., (p.ix – prefácio). “[...]It is often assumed that the only cure for the ills of capitalist society is public regulation and Keynesian and/or socialist economic management; and, conversely, socialist maladies are presumed to be treatable only by private property and capitalist control. Socialism and capitalism, however, even though they have at times been mingled together and at others occasioned bitter conflicts, are both regimes of property that exclude the common. [...]”

²²⁶Ibid., p.131.

²²⁷Ibid.,p.149.

²²⁸Ibid., p.153.

propriedade imóvel. Qualquer economista ou comerciante é capaz de perceber que o valor do imóvel vai além de sua constituição material, de suas características intrínsecas, da qualidade de sua construção e suas dimensões físicas. Mas é também constituído por características externas à sua materialidade, tanto negativas, como um trânsito ruim ou a poluição, sonora ou do ar; ou externalidades positivas, como a proximidade física de um parque, a arborização da área e as “relações culturais locais”²²⁹, de troca e interação. Nessas externalidades positivas encontramos o *comum*. Na racionalidade mercadológica da avaliação de bens, que objetifica as qualidades e intelectualiza as avaliações, se não forem consideradas ou percebidas as qualidades de *comuns* no bem, estarão sendo bastante limitadas e eventualmente fadadas ao fracasso. Mesmo os mais neoliberais economistas já assimilaram a relevância do comum como fator determinante para o valor de mercado de um bem²³⁰. Há uma tentativa de racionalização do *comum* a fim de privatizar e aprisionar suas características, tornando-as negociáveis. É tentar quantificar o incalculável. Numa dinâmica de preço e valor, não há uma estimativa intrínseca no bem imaterial, assim como não é reprovável ser quantificável. A forma de fruição do bem independe dessas classificações. O advento da diferenciação do que é o *comum* muda a forma de perceber e abordar a propriedade, mas o *comum* existe independentemente de quaisquer classificações.

Negri e Hardt identificam três principais instituições nas quais o comum se dá, é fruído, construído, formado e deformado: a família, as corporações e a nação. Os três mobilizam e dão acesso ao *comum*, e na identificação desses três *loci* do *comum*, é à multidão que cabe operar – criar ou destruir formas de comuns, diferenciando as que foram cooptadas ou corrompidas pelas agendas de puro interesse de mercado das que surgem espontaneamente, desinteressadas, sem ideologia²³¹.

A produção identificada como biopolítica inclui o *comum* como bem e como modo de fruição. A abordagem binária e excludente da propriedade como

²²⁹Ibid., p.155.

²³⁰HARDT; NEGRI (2009), loc. cit.

²³¹Ibid., p.160.

pública ou privada não dá mais conta do que há na atualidade da propriedade imaterial compartilhada. Ainda assim há economistas e políticos, publicitários e jornalistas que ainda insistem nessa dicotomia: um bem sempre tem dono, ou será público ou será privado, negando o que pode ser *comum* ou o percebendo somente como mera externalidade econômica ou qualidade acessória. Para compreender a biopolítica envolvida na produção cultural atual é imprescindível notar o *comum*, trazê-lo para o centro da dinâmica de produção, reconhecer sua essencialidade. Essa fundamentalidade é mais facilmente percebida na economia da informação – especialmente nos *comuns* dos códigos e circuitos comunicativos, na linguagem da programação de computadores, controlada, administrada e reprimida via direitos intelectuais ou autorais²³².

Na contramão da narrativa liberal que identificava a liberdade criativa e fomentadora de desenvolvimento com a autonomia da vontade individual e a segurança da propriedade privada, o que se pode perceber no mundo contemporâneo é o crescimento da produção biopolítica, a livre expressão compreendida em um livre uso, interação colaborativa em redes. Ao contrário da bandeira contra regulação e a favor da soberania absoluta do individual-pessoal, a produção biopolítica vai demandar garantias e proteções para que os meios sejam livres, liberados. Cabe pesquisar e inquirir sobre boas formas de regulação que possam coibir usos e apropriações predatórias à criatividade e combater a hegemonia dos grandes proprietários de patentes, empresas e meios de comunicação.

A desejável tarefa de internalizar o *comum*, integrá-lo a quaisquer bens, é admitir que as garantias de propriedade e valor material não são suficientes para proteger e promover a produção de bens e riquezas.²³³ Na era da produção biopolítica, o *comum*, antes percebido como externalidade, está sendo incorporado, se tornando elemento central e fundamental em diversos setores da produção econômica. Ao invés de perceber o *comum* fora dos bens e falar de

²³² Sobre esse tema ver: LESSIG, Lawrence. *Code. Version 2.0*. New York: Basic Books, 2006. e a dissertação já mencionada: MONCAU, Luiz Fernando Marrey. *Liberdade de Expressão e Direito Autoral: Mapeando um conflito ressignificado pela Tecnologia*. Dissertação de mestrado do Programa de Pós Graduação do Departamento de Direito da Puc-Rio. 2011.

²³³ HARDT; NEGRI (2009), op. cit., p.282-283.

“mercados perdidos” ou “fracassos mercadológicos”, que nós possamos ver a propriedade ser abordada em termos de “*comuns* perdidos” ou “fracassos no *comum*.”

O projeto político envolvido na percepção do *comum* é uma luta pelo reconhecimento do direito do *comum*, do acesso à linguagem, a códigos, ideias e afetos²³⁴. A luta pela concretização do direito à comunicação fará mais pelo seu objeto se puder compreendê-lo como um bem *comum* por excelência. Da raiz etimológica de ambas as palavras: comunicação e *comum*, ser compartilhado, de todos e por ninguém aprisionado.

A discussão travada no âmbito dos sindicatos e órgãos de classe do setor da comunicação de massa não traz – ainda – o vocabulário e o repertório dos conceitos da biopolítica, ao que parece temos urgências econômicas e trabalhistas que predominam como foco do debate sobre o direito à comunicação. Mas chegará o tempo, oxalá em breve, no qual possamos compreender o fator imaterial e intangível da produção simbólica como eixo principal da comunicação de massa. Não somente para questionar a prevalência de seu valor econômico, mas também para alargar a percepção sobre o recorte de seu objeto. Mais do que bens e propriedades, nossa(s) história(s) e comunicação são compostas por memória, fato e mentira. Buscar formas de tutela dos narradores e ouvintes é querer mantê-la viva e respeitá-la.

²³⁴ Ibid., p.308.