

SOBRE COMUNICAÇÃO E HISTÓRIA: interfaces

ON COMMUNICATION AND HISTORY: interfaces

Fernanda Ozório da Conceição

Graduação em História pela Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE. Atualmente cursa graduação em Cinema, na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

E-mail: feozorio@gmail.com

BRIGGS, Asa. BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*. Tradução: Maria Carmelita Pádua Dias; revisão técnica: Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2004. 377 p. ISBN 8571107718.

A discussão proposta na obra de Burke e Briggs “Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet” suscita reflexões diante de um conceito criado somente na década de 1920, a mídia. Apesar disso, os meios de comunicação, como desenvolvimento científico e tecnológico, foram interesse de várias culturas e sociedades e, por algumas vezes, ficaram restritos aos centros urbanos. As novas tecnologias na comunicação também servem de suporte para discursos com intenções homogeneizadoras para dominação da grande massa, desenvolvendo desigualdades, não pela inserção das tecnologias no cotidiano de mulheres e homens, mas pelo direito de acesso a estes meios.

Como ressalta Peter Burke e Asa Briggs, é necessário analisar os contextos em que são produzidos os discursos para melhor entendê-los. Para isso, entender de onde falam os autores é parte do entendimento de sua obra. Burke é historiador e, atualmente, professor na Universidade de Cambridge, pesquisador da Europa moderna pela perspectiva sociocultural. Briggs é reitor na Universidade Aberta britânica e seu último e premiado livro trata questões da radiodifusão.

Em meio às discussões do atual contexto provocadas, em geral, pelas conferências de comunicação em alguns Estados brasileiros, a ideia de mídia começa a ser discutida sob novos modelos regulamentadores e configuram-se propostas de maior inserção da sociedade,

o que soa provocativo às oligarquias exercidas pelas mídias. Tais corporações trabalham para promover o desejo capitalista de consumo, seja este consumo de ordem material ou quando promove arranjos ideológicos para os fatos.

Como enunciado em seu prefácio, Burke e Briggs não pretendem elaborar um guia nem findar o debate sobre as consequências da mídia para o indivíduo, mas pensar também que os meios de comunicação são passíveis de serem transformados por seu público tanto quanto estes meios influenciam. Para esclarecer um pouco mais a organização teórica da obra, os autores analisam o desenvolvimento das comunicações, desde o século XV até a atualidade, em seus diversos contextos histórico-sociais ao apontar uma sociedade global e cada vez mais “móvel”.

Os vários acontecimentos ao longo da história da comunicação, porém, são construções não cartesianas e, necessariamente, a tecnologia investida nos meios presentes não foi utilizada para se sobrepor à anterior. Cotidianamente a mídia se utiliza de antigos saberes para contar suas histórias, coexistindo o que poderia se caracterizar como, por exemplo, o velho e o novo, o rádio e a internet. Como prática desta ideia pode-se pensar a novela “A Indomável”, da TV Excelsior, de 1965. Em 2000, essa novela foi reestruturada pela emissora Globo sob o título “O Cravo e a Rosa”, conservando algumas características que serviram de base já para a primeira edição: uma das primeiras peças de Willian Shakespeare, “A Megera Domada”, datada no século XVI.

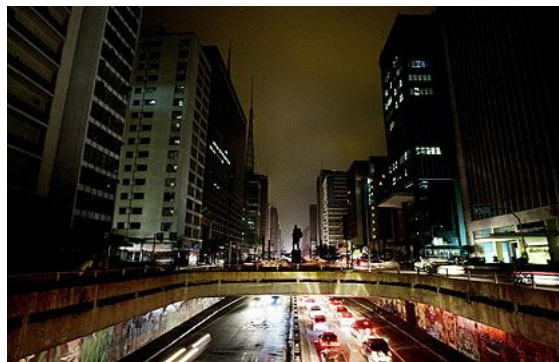
Em termos de escrita, os gibis da Turma da Mônica, com os balões de diálogos, “podem ser encontrados em publicações do século XVIII, que, por sua vez, são uma adaptação dos textos em forma de rolo que saíam das bocas da Virgem e outras figuras da arte religiosa medieval (...)”.¹ As comunicações seriam então ressignificadas de acordo com o devir heterogêneo das sociedades? Antes de trazer um exemplo mais concreto sobre esta questão, o capítulo 5, sobre informação, educação e entretenimento, discute a importância da tecnologia no desenvolvimento da mídia.

Em todos os países, independentemente do tipo de lei, a imprensa havia se estabelecido por volta de 1900 como uma força social que deveria ser avaliada em uma democracia futura, tanto quanto havia sido em um passado autoritário. A impressão gráfica permaneceu um meio de comunicação básico, mesmo depois do aparecimento da mídia eletrônica, com o florescimento de jornais, livros e enciclopédias. A tecnologia não era o fator dominante.²

¹ BURKE e BRIGGS. 2004, p.14.

² Idem. p. 196-7.

Ao longo do século XX, o papel da tecnologia se tornou cada vez mais fundamental para as comunicações em massa, a ponto de transpor a pane da própria tecnologia: uma ideia sobre como indivíduos, ou grupos sociais, ressignificam os meios de comunicação e os reconfiguram de acordo com a urgência de suas necessidades aconteceu no dia 10 de novembro de 2009. O “apagão” que atingiu nove Estados brasileiros e chegou até o Paraguai levou as pessoas a se comunicar através da internet sem fio ou de celulares para saber o que havia acontecido nos maiores centros urbanos do país: Rio de Janeiro e São Paulo, as cidades mais atingidas pelo blecaute.



Praia de Copacabana³ e Avenida Paulista⁴ durante o blecaute: enquanto as cidades estavam às escuras as novas tecnologias se encarregaram de circular informação.

Pensando as novas formas que as pessoas destas grandes cidades encontraram para se comunicar, pôde-se vislumbrar a circulação de informações divulgadas em blogs e sites de notícias, mas primeiramente a comunicação pelo Twitter, através do celular. A partir do “apagão”, que tornou caóticas as duas cidades, discussões repercutiram na internet mostrando a disparidade da criação e circulação de notícias que são transmitidas pelos meios. As

³ Folha de S. Paulo. 11 de novembro de 2009. Foto: Felipe Dana, AP.

⁴ Idem. Foto: Marlene Bergamo.

discussões levantavam uma análise temporal da velocidade de acesso à informação a partir do acontecido, comparando as diversas formas de comunicação que a sociedade tem desenvolvido até a atualidade.

As imagens contrastantes de escuridão e luz pertenciam à nova era da eletricidade, mas as duas já haviam sido opostas com acuidade no século XVIII por escritores do Iluminismo. Foi então que o correio pela primeira vez aumentou significativamente sua velocidade, usando carruagens para transportar a correspondência real e encurtando a duração das viagens.⁵

Pela necessidade urgente de comunicação, a nova “carruagem” de rede social da internet, o Twitter, transporta em tempo real informações escritas com até 140 caracteres e foi disponibilizada para uso popular em 2006. Em 14 de abril de 2009, Claire Cain Miller, jornalista do *New York Times*, escreveu uma matéria sobre o Twitter intitulada “*Putting Twitter’s World to Use*”⁶, em que discute a ferramenta como um “cérebro coletivo do mundo” pela fluidez de mensagens trocadas. Um estudo⁷ analisa como as informações circulam nos diversos meios de comunicação e o tempo, em média, que leva para colocar em circulação uma notícia. O Twitter, se comparado às publicações online, tem vantagem de até uma hora. Esta diferença aumenta ainda mais quando comparado às mídias impressas, em que a informação chega até oito horas depois.

No Brasil, as gerações de projetos em relação às novas ferramentas de comunicação são intensificadas, em parte, pelo próprio governo. A criação das Casas Brasil⁸, com unidades espalhadas por todo o território nacional, visa estimular o acesso da sociedade civil às novas tecnologias, como também promover outras ações através de oficinas de trabalho. Os projetos ligados à informatização dos cidadãos utilizam tecnologias/software livres como instrumento para educação ao acesso à tecnologia. As oficinas e laboratórios propõem estudos sobre multimídia, rádios livres, web rádios, comunicação comunitária, entre outros.

Muito além de propagandear uma ação do atual governo, vê-se uma preocupação com a demanda informacional da sociedade que se entende inserida e atuante na democratização da comunicação. Nota-se, então, a crítica aos meios de comunicação privados como busca pela produção das próprias verdades da sociedade e sua paulatina emancipação.

Hoje conta a vida cotidiana das pessoas. Se o partido sabe traduzir, por um

⁵ BURKE e BRIGGS, 2004, p.138.

⁶ MILLER, Claire Cain. <http://www.nytimes.com/2009/04/14/technology/internet/14twitter.html>

⁷ <http://www.digitalperspectiveblog.com/>

⁸ <http://www.casabrasil.gov.br/>

lado para os empresários, para a dona de casa por outro e para os jovens por outro, é porque, de alguma maneira, sua relação com o que diz a mídia não é linear, não é uniforme, e as brechas existem com outras formas. Por parte da indústria há, sem dúvida, um fechamento, mas, por parte da sociedade, há uma abertura com modalidades muito diferentes de antes.⁹

A ruptura social que vem se configurando com a mídia demonstra que as pessoas não estão simplesmente subjugadas aos discursos dos grandes oligopólios de comunicação. Resultado disso são estas procuras pelo seu próprio modo de produzir e decidir a informação. A complexidade das (pós)modernas sociedades traz consigo necessidades diferentes de acordo com seus intentos e promove mais vivências comunitárias ao captar aquilo que almejam, uma vez que alguns não se identificam com os discursos homogeneizadores de outrora e fazem de suas especificidades objetos a serem veiculados nos novos meios de comunicação.

Essa consciência convergente – conceito em voga a partir dos anos de 1990 por pensadores como Boorstin e tratado no sexto capítulo do livro –, deslizante e que “dilui e dissolve a ideologia” na contemporaneidade é cada vez mais repensada. Talvez as relações interpessoais, a sociedade em geral esteja fragmentada nas ausências materiais, como, ao mesmo tempo, unida nas virtualidades. Trata-se de um efeito social tratado pelos autores com o fenômeno do tempo real advindo das novas tecnologias.

O estudo deste livro é acertadamente convidativo ao conhecimento e desenvolvimento de pesquisas acerca das novas configurações sociológicas e suas apropriações nos entremeios das tecnologias estruturadas em tempos fluidos.

Referências

BRIGGS, Asa. BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*. Tradução Maria Carmelita Pádua Dias; revisão técnica Paulo Vaz. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

RODA Viva. Entrevista com Jesus Martin Barbero. TV Cultura. Exibido em outubro de 2003. color. 85Min.

⁹ Jesus Martin Barbero em entrevista no programa Roda Viva da TV Cultura. 22 de outubro de 2003.

Internet

Disponível em: <http://www.digitalperspectiveblog.com/> Acesso em 16 de novembro de 2009.

MILLER, Claire Cain. Putting Twitter's World to Use. In: *The New York Times*. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2009/04/14/technology/internet/14twitter.html> Acesso em 18 de novembro de 2009.

Imagens

Folha de S. Paulo. 11 de novembro de 2009. Fotos: Felipe Dana, AP; Marlene Bergamo.