

A VOLTA DOS QUE NÃO FORAM: A PERSPECTIVA CRÍTICA NAS ANÁLISES SOBRE NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO

Suzy dos Santos

1 Introdução

Muito tem se argumentado sobre as características revolucionárias, interativas e descentralizadas das novas tecnologias, especialmente a Internet, que proporcionam um novo meio de comunicação onde há uma “desintermediação” dos discursos que é oposta à lógica dos meios de comunicação massivos (LÉVY, 1999; 2003a; 2003b). Também se tem alegado que estas tecnologias, altamente especializadas, são a parte mais visível do aparecimento de uma nova economia. Numa era pós-industrial, a economia da informação opera ruptura radical na evolução histórica com o colapso das estruturas anteriormente consolidadas (FUKUYAMA, 2000; THUROW, 2001).

Embora sejam visões bastante distintas, ambas concordam que esse novo meio apontaria, enfim, para uma sociedade pautada pela pluralidade de idéias e forças no campo social, ou seja, operaria a democratização dos meios. Por outro lado, a opinião de que estes argumentos não são facilmente aceitáveis é também usual:

Ouve-se que as novas aventuras na tecnologia – mídia combinada, imagens geradas por computador, justaposições radicais de materiais, realidade virtual – vão descortinar novos horizontes. Isso lembra um radical agitador que proclamava que o Comunismo estava no horizonte, até que lhe foi dito que o horizonte é uma linha imaginária que retrocede enquanto você se aproxima (BELL¹ *apud* MOSCO, 2001, p. 10).

O debate não é novo. Pelo contrário, como observam Mosco (1996) e Kester (1994), entre outros, a crença de que uma nova tecnologia será responsável pela diminuição dos conflitos de classe e a conseqüente crítica destes argumentos tecnicistas nasceram com a revolução industrial e foram sendo retomadas em diversos momentos como nas implantações da eletricidade, do telefone e do rádio. São fartos os exemplos do que Mosco (1996) qualifica como propensão às caricaturas da literatura conceitual. Como ironiza Juremir Machado (1999, p. 1).

A cada nova descoberta no universo das tecnologias da comunicação, voltamos ao passado e ouvimos esta ou aquela Cassandra anunciar o fim do mundo (...) um ruído

¹ “One hears that new adventures in technology—mixed media, computer-generated images, radical juxtapositions of materials, virtual reality—will open up new horizons. It reminds one of the radical agitator who proclaimed that Communism was on the horizon, until he was told that the horizon is an imaginary line that recedes as you approach It” (T.A.) (BELL, Daniel. *Into the 21st Century*. Bleaky. *The New York Times*. New York: Sunday, July 26. p. E17. *apud* MOSCO, 2001, p. 10).

apaixonado perturba o fluxo da triste mensagem: as sereias seduzem os navegantes com a Boa Nova da chegada ao Paraíso.

Num debate ideologizado por conceitos liberais ou marxistas as opiniões, por vezes, se mostram radicais. De um lado, os críticos são apontados como pessimistas frankfurtianos. Como lembra Mosco (1996, p. 113), o observador cético das novas tecnologias é frequentemente personificado como um Zé Buscapé², sempre armado e a reclamar dos invasores de suas terras. Um *luddita* que é “cego e preso a um olhar que vê tudo com os olhos de uma crítica míope e anacrônica” (LEMOS, 2003). Do outro lado, os analistas convictos da sua eficácia como mola propulsora para a concretização da democracia são indicados pelo trocadilho “pensamento levyano” ou pela alcunha de *ciberyuppies* que são “*junto con los virus digitales, dos de los parásitos más perniciosos que ha engendrado la informática*” (YEHYA, 1996).

Nesta propensão caricatural, as dicotomias “funcionalistas x frankfurtianos” ou “apocalípticos x integrados” são pescadas do oceano teórico da comunicação e, evisceradas as intenções dos autores originais, cristalizam “uma visão maniqueísta do que é denso e complexo debate envolvendo pensamentos que não são simplesmente equiparáveis” (Natansohn, 2003, p. 118). No intuito de esquivar-se da pejoração maniqueísta e, concomitantemente, rechaçar determinismos, tecnológicos ou econômicos, este trabalho pretende observar a inserção dos estudos críticos, aqui representados pela chamada Economia Política da Comunicação, no cenário da análise dos fenômenos que envolvem estas novas tecnologias da comunicação. Desta forma, pretendemos historicizar esta corrente teórica e o conceito original de “Indústria Cultural”, observando sua pertinência nos processos históricos de construção do panorama comunicacional atual.

2 A economia política da comunicação: alvorada, ocaso e nova aurora da perspectiva crítica e combativa

A comunicação humana de um emissor às massas se desenvolveu atingindo proporções inimagináveis cem anos atrás. Seu estudo é, contudo, relativamente recente. Iniciado em meados do século XX por pesquisadores das diversas áreas das ciências sociais que atentavam para o seu papel na sociedade, o estudo da comunicação ainda não garantiu para si o *status* de uma teoria específica. O que se tem são vertentes sendo apropriadas e, aos poucos, definindo o campo e uma delas é a chamada Economia Política da Comunicação.

Esta corrente pode ser genericamente definida como o estudo das relações sociais, em especial as relações de poder que mutuamente constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, inclusive os meios de comunicação. Assim, a Economia Política da Comunicação enfoca a rede institucional dos produtos comunicacionais que interligam produtores, reguladores, empresários e consumidores; as várias formas de controle destes segmentos, bem como, as mudanças sociais e históricas que formam este contexto.

Diferente de algumas linhas teóricas que surgem em uma região específica como, por exemplo, os Estudos Culturais ingleses, ou em um centro de estudos, como a Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, a Economia Política desenvolveu-se, ao longo do século XX, de forma fragmentada. Há um mínimo consenso de que a concatenação da

² Personagem do desenho animado *A família Buscapé (The Hillbilly Bears)*, de Hannah Barbera.

Economia Política da Comunicação está na estreita identificação com a idéia de que é imprescindível adotar um olhar crítico para retratar empiricamente os objetos das comunicações, sob a luz de um propósito também crítico, o da necessidade emergencial de participação ativa da pesquisa científica no processo social de construção da democratização da comunicação.

Desde os primeiros trabalhos identificados como seminais nesta linha de pensamento, as análises estiveram voltadas à crítica da subjugabilidade da comunicação de massa à manutenção dos âmbitos de poder do mercado e/ou do Estado. As análises iniciais desta corrente estavam endereçadas a avaliar o papel do Estado na construção dos sistemas de informação, telecomunicações e radiodifusão, a partir da gradação das consequências possíveis na adoção de modelos públicos ou comerciais. Neste primeiro momento, a preocupação central dos autores era em apoiar os movimentos sociais na defesa do acesso e controle público destes sistemas.

No percurso das últimas décadas, a Economia Política da Comunicação fragmentou-se em tendências variáveis de acordo com os momentos históricos ou as questões regionais. Foi o caso, por exemplo, dos estudos sobre imperialismo cultural no Terceiro Mundo, das discussões sobre a mercantilização das relações sociais nos EUA, ou o recente debate britânico sobre as formas alternativas de organização da esfera pública. Não obstante, o escopo comum a permear os trabalhos desta corrente, ao longo do tempo, tem sido questionar a ortodoxia preponderante nas raízes estruturais e instrumentais das práticas – estatais, mercadológicas ou acadêmicas – de comunicação de massa.

Nesta tendência, os pesquisadores da Economia Política da Comunicação têm também um histórico de participação ativa no processo social de construção dos seus objetos de pesquisa. Em outras palavras, uma característica marcante desta linha de pesquisa é que nas formulações teóricas e nas análises empíricas dos pesquisadores que a ela se filiam estão embutidas suas práticas de militância política na defesa da democratização da comunicação. Vincent Mosco (1996, p. 76-78) apresenta uma sumária biografia de quatro gerações de pesquisadores para contextualizar este casamento entre prática de militância e pesquisa científica:

Todas as gerações de economistas políticos foi influenciada pela percepção da necessidade de criar alternativas às economias ortodoxas e, seqüencialmente, desenvolver políticas de comunicação baseadas nestas alternativas (...) O ponto é que quatro gerações, ou quase isso, de pessoas cujo trabalho foi guiado por uma gama de perspectivas da economia política usaram este trabalho para engajar seu interesse maior nas questões políticas da comunicação³.

Iniciando pela atuação, nas décadas de 30 e 40, de Dallas Smythe na agência reguladora norte-americana, Mosco (1996, p. 73-134) enumera alguns dos pesquisadores centrais e relaciona suas atividades em defesa dos princípios de interesse público e controle público dos sistemas de comunicação. Embora faça a opção inicial por uma seqüência cronológica na definição de gerações de pesquisadores, o autor

³ “Every generation of political economists has been influenced by the perceived need to create alternatives to orthodox economics and, following from this, to develop media policies based on these alternatives (...) The point is that four generations or so of people whose work has been guided by a range of political economic perspectives”. (T.A.)

detalha a biografia dos pesquisadores agrupando-os por localização geográfica – América do Norte, Reino Unido e Europa e Terceiro Mundo⁴.

A dificuldade em esquematizar este desenvolvimento é decorrente do fato de que estes estudos são relativamente recentes – e os pesquisadores longevos. Alguns autores pertencentes às primeiras gerações da economia política têm diferentes posições em épocas distintas. Herbert I. Schiller, por exemplo, em suas primeiras análises segue a tendência da época em relegar ao consumidor um papel passivo⁵. No entanto, há trabalhos mais recentes, como o artigo *Not yet the postimperialist era* (1993) onde ele abandona a posição anterior, levando em conta alguns dos pressupostos dos Estudos Culturais. Como diz Mosco (1996, p. 81):

O desenvolvimento histórico da Economia Política da Comunicação contém tanto gerações de estudiosos quanto gerações de pesquisas. Elas são correspondentes em alguns momentos, mas em outros não. É então importante fazer esta distinção, particularmente quando a falta de correspondência faz uma significativa diferença histórica⁶.

Mosco (1996, p. 81-82) aponta duas razões principais para afirmar a inexistência de uma historicização ideal. Em primeiro lugar, uma divisão temática corre o risco de perder-se nas distinções regionais que fundamentaram a organização das comunicações de massa e suas respectivas análises, como por exemplo, os modelos comerciais e estatais de radiodifusão adotados em diferentes países. Por outro lado, uma divisão regionalizada pode não contemplar a complexa rede de articulações que foram se estabelecendo entre os pesquisadores – através de congressos, associações profissionais e agências governamentais – e as consequentes influências de certos autores, a partir de conceitos específicos, que não estão ligados às regiões de origem dos trabalhos.

No viés da Economia Política raramente houve centros de pesquisa que agrupassem dois ou mais pesquisadores. “Via de regra, os pesquisadores levaram a cabo os seus trabalhos como indivíduos que contavam com os encontros e conferência para as trocas face-a-face⁷” (Mosco, 1996, p. 82). Vários estudos aparecem simultaneamente na França, na Inglaterra, no Canadá, nos EUA, na Argentina, no Chile e no Brasil. Segundo Bernard Miège (1989, p. 67), “depois de 1968-1970, em função da manifesta ascensão das indústrias culturais, autores lidando com uma gama variada de problemas, e na maioria dos casos trabalhando sem referenciar uns aos outros, propuseram

⁴ Mosco problematiza a expressão ‘Terceiro Mundo’, mas justifica a sua adoção por conta de uma tendência majoritária dos estudos de Economia Política no sentido das análises sobre o imperialismo norte-americano. Em relação ao Brasil, a ausência de intimidade é explicitada na menção de autores que foram referência principalmente na década de 70 e cujas obras estão centradas em áreas distintas da comunicação, como Paulo Freire e Fernando Henrique Cardoso, que hoje raramente são identificados com a economia política das comunicações no país.

⁵ A referência original deste texto é SCHILLER, Herbert I. *Manipulation and the Packaged Consciouness*. In: *The mind managers*. Boston: Beacon Press, cap. 1, 1973. p. 8-31, 192-193. Utilizamos aqui a versão apresentada no primeiro volume da coletânea *The Political Economy of Media*, editada por Peter Golding e Graham Murdock (1997a).

⁶ “The historical devolpment of the political economy of communication contains both generations of scholars and generations of research. The two correspond at times, but at times they do not. It is therefore important to distinguish the two, particularly when the lack of correspondence makes a significant historical difference.” (T.A.)

⁷ “As a rule, researchers have carried out their work as individuals who rely on meetings and confernces for face-to-face exchanges”. (T.A.)

aproximações econômicas ou sócio-econômicas”⁸. Desta forma, cada esquematização obedece às normas individuais de relevância de acordo com os interesses de pesquisa em questão.

Mosco constata que a atuação dos autores da Economia Política da Comunicação, especialmente no que dizia respeito às práticas de democratização da comunicação, foi duramente afetada pelo neoliberalismo. Nas palavras do autor, “os governos neo-conservadores dos anos oitenta, com o apoio quase completo da mídia, bateram-lhes a porta na cara”⁹ (1996, p. 76). Esta desestabilização intensificou-se no final da década com a derrocada dos regimes comunistas no plano internacional. No campo das práticas de militância, estava ligada especialmente ao esvaziamento dos movimentos de pressão social.

No campo acadêmico, a fragmentação dos mercados e a diversificação do consumo passaram a justificar duras críticas às idéias de concentração e imperialismo desenvolvidas pelos teóricos da comunicação até então¹⁰. Destas críticas ao quase total descrédito, a Economia Política da Comunicação viveu pelo menos uma década de incertezas. No caso brasileiro esta crise se nota com maior expressividade nos anos 1990. As análises sobre concentração de propriedade, instâncias de poder ou dependência cultural/econômica começam a rarear¹¹ dando lugar ao que Boaventura de Sousa Santos (1995, p. 255) chamou de “revalorização da subjetividade em detrimento da cidadania”. Este movimento de descrédito, primeiramente, causou uma sensação generalizada de ressentimento. Como podemos sentir na sarcástica análise de Sérgio Capparelli (1996, p.2):

A cada década, os pesquisadores correm atrás de um trio elétrico de novos paradigmas, suam, bebem cerveja e conceitos, vão para a Universidade cansados, esperando o próximo trio teórico Osmar, Dodô e Viriliô. E escutando o trio Osmar, Dodô e Lyotard, eles não dançam conforme a música porque o carnaval dura muito pouco tempo e já tem novo trio na avenida. Mas ouvem o refrão: indústrias culturais, convergência, monopólio? Denuncismo ultrapassado dos anos 60. Como se com o advento dos estudos de mensagens ou de recepção, o Estado e a Economia tivessem desaparecido.

Esta sensação de ressentimento, de certa forma, operou um retorno às origens da Economia Política da Comunicação que surgiu no intuito de refutar visões behavioristas da comunicação de massa. A denúncia dos aspectos ideológicos neoliberais, forrando as vestes acrílicas e apolíticas das análises, tornou-se novamente uma constante. Tônicas mais provocativas como a proposta metodológica de Frank Webster e Kevin Robins (1986), intitulada *Information technology: a luddite analysis*; ou mais agressivas como o texto de Philip Graham (1998) *Globalist fallacies, fictions and facts*; ou, ainda, tentativas mais esquemáticas, como os trabalhos mais recentes de Murdock (1990), Garnham (1991) e Richeri (1995) que trouxeram novo oxigênio ao campo.

⁸ “After 1968-1970, in the face of the manifest rise of the cultural industries, authors dealing with a varied range of problems, and in most cases working without reference to one another, proposed economic or socio-economic approaches”. (T.A.)

⁹ “Neo-conservative governments of the 1980s, with the near complete support of the media, slammed the door on all”. (T.A.)

¹⁰ Ver, por exemplo, o texto de John Sinclair intitulado *The decentering of cultural imperialism: televisa-ion and globo-ization in the Latin World*, publicado em 1993.

¹¹ Um exemplo é a extinção, em 2001, do grupo de Economia Política do maior congresso da área no país, a Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Paralelamente, os constantes debates com autores de novas correntes trouxe uma renovação às idéias. As análises dos Estudos Culturais e os chamados estudos das Políticas Públicas serviram para uma ampla autocrítica dos autores centrais. Segundo Mosco, esta renovação relativizou questões mais deterministas das análises originais, como por exemplo, a idéia do consumidor passivo ou de um imperialismo cultural único.

Este esforço para repensar e renovar a Economia Política da Comunicação esteve interessado em ampliar o escopo epistemológico, ontológico e substantivo da disciplina avaliando criticamente noções como essencialismo e poder de classe, que foram durante muito tempo centrais aos debates da teoria social¹² (1996, p. 270).

No lusco-fusco do Século XX, a demora em se concretizar a prosperidade anunciada pelo neoliberalismo, as incertezas da globalização econômica e a despolarização da vida social trouxeram novos problemas ao cenário mundial. No bojo de manifestações de racismo, xenofobia e violência política, assistimos à deterioração da convivência democrática num patamar preocupante. A primazia de candidatos a dirigentes nacionais com bases eleitorais calcadas em propostas radicais como a redução do sistema de proteção social, o fim do multiculturalismo e, principalmente, o combate às políticas de imigração tornou-se freqüente na Europa.

É nesta taciturna aurora do Século XXI que voltam a despontar iniciativas de questionamento do papel do Estado e do mercado nos processos sociais. Algumas com objetivos de oposição coletiva e sistematizada, como o Fórum Social Mundial, outras com sabor denunciatório, como o documentário *Tiros em Columbine*, de Michael Moore, e, como não poderia deixar de ser, outros com ilustração acadêmica, como o artigo *O globalismo como neobarbárie*, de Muniz Sodré (2003). Parafraseando Capparelli (1996), é como se a música a ser dançada de agora em diante fosse o refrão do *funk* carioca que diz “tá dominado, tá tudo dominado!”

3 A Adorno o que é de Adorno: a atualidade do conceito de Indústria cultural

Embora não se possa dizer que seja uma corrente coesa ou desprovida de conflitos internos, a Economia Política da Comunicação desenvolveu-se ao longo do Século XX, buscando analisar as mudanças sociais e as transformações históricas ocorridas a partir do desenvolvimento, da estruturação e da apropriação dos veículos de comunicação na sociedade capitalista.

Um dos primeiros estudos neste sentido foi feito pelos teóricos críticos alemães Theodor W. Adorno e Max Horkheimer (1991). Sob o título de *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, este texto configurou uma espécie de linha-guia para os estudos subsequentes na área. Esta continuidade, no entanto, não é imediata nem segue uma linha evolutiva ininterrupta. Da publicação do texto, em 1947,

¹² “This effort to rethink and renew the political economy of communication has been interested in broadening the epistemological, ontological, and substantive scope of the discipline by critically evaluating notions, such as essentialism and class power, which have long been central to debates about social theory”. (T.A.)

às primeiras pesquisas em comunicação, utilizando o conceito de Indústria Cultural, há um salto de mais de duas décadas.

No Brasil, o texto dos autores da Escola de Frankfurt somente foi ser publicado, em versão reduzida por Adorno, pela primeira vez em 1975, sendo traduzido por completo em 1985. Mesmo assim, é provavelmente o texto que mais apareceu nas referências bibliográficas da totalidade dos estudos sobre comunicações no Brasil até o final da década de 80. Como disse Alberto Pasquali (apud Berger, 1998, p. 5):

Para quem se ocupa da fundamentação teórica das comunicações, Frankfurt é uma obrigatória estação de trânsito e reflexão. A seus principais autores devemos, saibamos ou não, quase todos os argumentos críticos que hoje passam por lugares comuns e um descobrimento destinado a marcar época: a de que a livre e competitiva Indústria Cultural (fórmula cunhada por eles) reproduz *mutatis mutandis*, os esquemas da manipulação autoritária teorizados e praticados por Goebbels.

Apesar do caráter ensaístico do texto, configurando um “quase-manifesto”, é importante observar a atualidade das reflexões seminais de Adorno (e HORKHEIMER). A expressão Indústria cultural foi criada a partir da discordância dos autores com a conceituação de Cultura de massa, utilizada pela *Mass Communication Research*, por esta remeter à idéia de uma cultura oriunda das massas. Perseguidos pelo nazismo na Alemanha¹³, Adorno e Horkheimer viram nos Estados Unidos a repetição do uso ideológico das tecnologias de comunicação na manutenção da ordem sócio-econômica e política vigente. Os autores pretenderam, com este termo, caracterizar os meios de comunicação e, conseqüentemente, os produtos por eles gerados como uma nova rede econômica onde a cultura se transforma em mercadoria a serviço de seus interesses.

A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

O texto citado acima foi originalmente publicado em 1947. O final da segunda guerra marcava um novo período na história do século vinte. O rádio e o cinema eram grandes expoentes que indicavam uma guinada na expressão cultural, com berço europeu, clássica. Audições de Beethoven davam lugar à manifestação viva e súbita da produção musical comercial, representada pelo *swing* e pelas *big bands* de *jazz*. Em menos de vinte anos a chamada “Era do *jazz*” produziu diversas tendências que se apropriavam de partes das composições clássicas reproduzindo-as sob a forma de citação alterada aos padrões de seu novo ritmo. Estas mesmas adaptações eram frequentes em relação ao uso da literatura no cinema. Clássicos eram interpretados de acordo com suas características mais folhetinescas, completamente destituídos de seus conflitos críticos.

O texto elabora uma profunda análise da natureza repressiva do capitalismo avançado e da anulação do pensamento crítico. Para os autores, a Indústria Cultural nada mais é que uma faceta de imposição das normas capitalistas à sociedade. Em um

¹³ Sobre a história da Escola de Frankfurt e os principais pressupostos da Teoria Crítica, ver Freitag (1986), Kellner (1995), Jay (1993), Lapiedra (1992).

sistema onde a base de sustentação é a troca de mercadorias, a cultura faz parte de seu sistema de produção. Ela é produzida com a função de ter valor de troca para o produtor e valor de uso para o consumidor.

A definição de Indústria Cultural pertence a um período quando a televisão estava sendo inventada. Seu uso veio a ser consolidado, nos países desenvolvidos, nas décadas de 50 e 60. Adorno, em 1963, traçou considerações sobre este meio específico. Para ele a televisão veio a ser um veículo que sintetiza as vertentes antes fragmentadas desta indústria.

A televisão permite aproximar-se da meta, que é ter de novo a totalidade do mundo sensível em uma imagem que alcança todos os órgãos, o sonho sem sonho; ao mesmo tempo, permite introduzir furtivamente na duplicata do mundo aquilo que se considera adequado ao real (ADORNO, 1975, p. 346).

A televisão, como Indústria Cultural, agrega às características de reprodução visual do cinema, a condição domiciliar pertencente também ao rádio. O produto atinge o consumidor dentro do seu lar e de forma forçosamente naturalizada. Enquanto o cinema exigia o deslocamento até suas salas, e toda uma cerimônia de escurecimento das salas sem interrupções durante a exibição, a televisão, neste momento, está na sala, deve ser vista com luzes acesas e tem sua produção diluída entre os anúncios publicitários. Desta forma, seu conteúdo é absorvido de forma mais efetiva que em outros meios.

Aquela “proximidade” fatal da televisão, que também é causa do efeito supostamente comunitário do aparelho, em torno do qual os membros da família e os amigos, que de outra forma não saberiam o que dizer uns aos outros, se reúnem em mutismo, não só satisfaz um desejo diante do qual nada de espiritual se pode manter que não se transforme em propriedade, como ainda obscurece a distância real entre as pessoas e entre as pessoas e as coisas. Ela se torna o sucedâneo de uma imediação social que é vedada aos homens. Eles confundem aquilo que é totalmente mediatizado e ilusoriamente planejado com a solidariedade, pela qual anseiam (ADORNO, 1975, p. 350).

A Indústria Cultural encontra na repetição exaustiva de fórmulas, automaticamente esvaziadas do seu conteúdo reflexivo, o seu principal dispositivo de manutenção. Através de esquemas básicos de definição um mesmo produto é vendido constantemente com diferentes roupagens. Assim, quando acaba o *Big Brother Brasil* na Rede Globo, o telespectador pode assistir a vinte minutos ao vivo do programa no *Multishow* e, se for assinante do portal *Globo.com*, pode também escolher a sua câmera preferencial para “dar uma espiadinha”, como diria o apresentador Pedro Bial. Em continuidade, jornais, revistas, *blogs* e programas de várias empresas de comunicação reproduzem as aventuras dos “*brothers*”. E, neste hiperbólico universo de ofertas, as repetitivas fórmulas de sucesso estampam um sólido repertório de “mais do mesmo”.

A crítica ao texto de Adorno e Horkheimer deve ser pensada, não no sentido da importância central que os autores delegam ao setor econômico, mas, sim, na ausência da discussão sobre a natureza economicamente contraditória deste processo que é mostrado como irresistível (GOLDING; MURDOCK, 1997¹⁴, p. 484-487). As relações

¹⁴ A referência da primeira publicação do texto é: GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham. *Ideology and the mass media: the question of determination*. In: BARRETT, Michèle; CORRIGAN, Philip; KUHN,

de classe, segundo Golding e Murdock, são articulações de vários processos contraditórios que envolvem também a reprodução da cultura, das relações de trabalho e da acumulação capitalista. A partir das críticas de Golding e Murdock (1997a e b), Garnham (1998) e, destacadamente, Smythe (1977), se observa a separação explícita entre Teoria Crítica/Escola de Frankfurt e Economia Política da Comunicação.

Antecipando-se às críticas, Adorno já admitia, em 1954, que o texto com Horkheimer era apenas introdutório. Como conta Francisco Rüdiger (1999, p. 204):

Adorno cogitou editar uma coletânea de estudos sobre a cultura de massa, em que pretendia fornecer uma visão sistemática sobre o assunto, a partir de uma colaboração interdisciplinar. A explanação do projeto que se encontra em uma carta escrita a um de seus principais companheiros termina com a revelação da seguinte dificuldade: “naturalmente está faltando algo decisivo, ou seja: uma análise econômica das fundações da cultura de massa. Entretanto, quem poderia fazer algo do gênero?”

Embora não tenha dado efetiva sistematização ao conceito, Adorno teceu posteriormente alguns comentários acerca do excessivo valor generalista da análise de 1947 (1969). Nos estudos da Economia Política, o conceito de Indústria Cultural foi atualizado na década de 1970 e começou-se a falar em Indústrias Culturais. Como dizem Armand e Michèle Mattelart (2001, p. 113):

A passagem do singular ao plural revela o abandono de uma visão demasiado genérica dos sistemas de comunicação. No momento em que as políticas governamentais de democratização cultural e a idéia de serviço e monopólio públicos são confrontadas com a lógica comercial num mercado em vias de internacionalização, trata-se de penetrar na complexidade dessas diversas indústrias para tentar compreender o processo crescente de valorização das atividades culturais pelo capital.

Esta pluralização visava atender às distintas lógicas de produção e apropriação dos sentidos e de acumulação das indústrias em questão: rádio, televisão, cinema, indústria fonográfica, telecomunicações, etc. Com o advento da televisão por assinatura, e posteriormente, da Internet, a própria idéia de massa teve de ser repensada (WOLTON, 1996). De certa forma, tornou-se impossível pensar em uma lógica única de acumulação. É neste período que, num plano caricatural, os teóricos críticos são indistintamente relegados ao espaço do pessimismo ou da denúncia esvaziada de propósitos, como se fossem uma encarnação teórica de Hardy, a hiena do desenho de Hanna-Barbera, a reverberar “Oh dia! Oh vida! Oh azar! Isso não vai dar certo”.

4 “Porque aqui, aqui é meu lugar”: novas tecnologias e o recente resgate da tradição crítica

Mais recentemente, no entanto, a idéia de Sociedade da Informação toma um novo lugar behaviorista nas análises da comunicação. Defendia-se que a emergência de redes planetariamente conectadas operaria uma ruptura da relação “emissor-receptor”. Cada

Annette; WOLFF, Janet (Ed.). *Ideology and Cultural Production*. Londres: Croom Helm, 1979. p. 198-224. Utilizamos aqui a versão apresentada no primeiro volume da coletânea *The political economy of media*, editada em 1997 pelos mesmos autores (p. 476-506).

usuário, por se transformar em um emissor, teria diante de si um universo de informações que transformariam a comunicação em um processo democrático. Segundo Pierre Lévy (2003):

A emergência da Internet a partir do final da década de 1980 e o surgimento da World Wide Web em 1994 prolongaram a precedente evolução da esfera pública, introduzindo ao mesmo tempo elementos radicalmente novos: a interconexão geral, a desintermediação e a comunicação de todos com todos (p. 369).

O ciberespaço é muito mais inclusivo do que todos os outros meios de comunicação anteriores. Ele permite a expressão pública de todos os indivíduos, grupos, instituições e comunidades, inclusive as comunidades (comunidades virtuais) não existentes anteriormente. Em detrimento das antigas elites culturais, as barreiras geográficas, econômicas, culturais e políticas à liberdade de expressão e de associação quase desapareceram (p. 375-376).

Esta assertiva não é problemática apenas pela idéia de conexão generalizada, sobre a qual já há o consenso de que não observa os diferentes níveis de acesso às tecnologias na esfera mundial. Mais preocupante é a noção de democracia, ou ciberdemocracia, defendida. As sociedades, sem a edição do conteúdo pautada pelas mídias tradicionais, teriam maiores possibilidades de livrar-se das relações de opressão/discriminação/exclusão social. Conforme Lévy (2003, p. 383):

Na ciberdemocracia planetária do futuro, discutiremos sobre o sentido e a evolução das leis em um ambiente de inteligência, no qual os documentos e os fatos não se encontrarão mais distantes que um nexos hipertextual. Para cada problema, as posições e os argumentos vão se redistribuir em múltiplos fóruns virtuais, como em um cérebro gigante, iluminando aqui e ali suas assembleias de neurônios, decidindo pelo voto eletrônico sobre um direito concebido como formulação provisória de uma aprendizagem coletiva sempre em aberto.

Para além da excessiva esperança democrática, há um conflito interno entre a imagem dos cidadãos virtuais ativos (como, por exemplo, aqueles descritos nos textos sobre ciberativismo) e os princípios de hedonismo, individualidade e apolitismo também defendidos como características da sociedade atual. Esta adoção do ideário liberal refletida na contradição entre uma possível democratização da sociedade, a partir de um suposto fim da mediação da comunicação por veículos tradicionais, e o apolitismo, assumido como desejável no momento atual, traz, embutida na discussão tecnológica, uma questão sócio-política preocupante: a crise da democracia representativa. Como afirma Boaventura de Sousa Santos (1995):

A representação democrática perdeu o contato com os anseios e as necessidades da população representada e fez-se refém dos interesses corporativos poderosos. Com isto, os cidadãos alhearam-se da representação sem, no entanto, terem desenvolvido novas formas de participação política, exercitáveis em áreas políticas novas e mais amplas (p. 249).

O dilema reside em que, num contexto ideológico, saturado pelo consumismo, a erosão das concessões (do Estado Fordista) e o aumento da disciplina e dos ritmos de trabalho que a acompanham eliminam, em vez de

promover, a vontade de lutar por uma vida diferente e mesmo a capacidade de a imaginar (p. 311).

A despolitização da vida social, conseqüência imediata da diminuição da credibilidade das instituições públicas fordistas, e do aumento brutal das diferenças sociais, a partir do neoliberalismo, têm sido apontados como extremamente preocupantes do ponto de vista democrático (IVO, 2001; SOUSA SANTOS, 1995; VIZENTINI, 2002). Segundo Anete Brito Leal Ivo (2001, p. 53), o estímulo à atitude de despolitização, inserido no perigoso equívoco do diagnóstico da ingovernabilidade, como crise de autoridade, poderia reforçar saídas autoritárias.

Nesta mesma linha de raciocínio, Paulo Vinentini aponta esta despolitização como um dos fatores que determinaram o retorno da extrema-direita ao cenário político europeu. Analisando os exemplos da França, onde Jean Marie Le Pen obteve 15% dos votos à presidência em 2002; da Holanda, onde Pinn Fortuyn obteve 34% dos votos na eleição de Roterdã; e da Itália, onde o governo de Berlusconi atua em parceria com o partido fascista, o autor afirma que a decepção com a política neoliberal (privatizações, desemprego e desmonte do Estado de Bem Estar Social), adotada pelos governos socialistas e social-democratas europeus, levou a população européia a oscilar entre o desinteresse pelas questões políticas e o apoio ao populismo de direita. “Assim, a despolitização da vida social, produzida por uma esquerda acomodada (aliada ao fundamentalismo economicista dos liberais) e por intelectuais e acadêmicos conformistas, possibilitaram a volta da extrema-direita ao cenário eleitoral” (Vinentini, 2002, s/p).

A política bélica do atual governo Bush nos EUA, a expansão do fundamentalismo religioso no mundo ocidental e a ampliação das desigualdades sociais são parte indissolúvel do contexto em que se discute a convergência das comunicações. Como disse Mosco (2001, p. 17-18), a promessa mágica de que a interconexão generalizada pode ser a resposta para os problemas da sociedade atual é inegavelmente sedutora por revelar a genuína necessidade de mudança social. No entanto, esta promessa omite que a definição dos termos de acesso e uso dessa rede planetária está, cada vez mais, sendo deixada nas mãos de interesses corporativos que têm pouca simpatia por quaisquer movimentos que possam mudar sua hegemonia.

Esta constatação vai de encontro, por exemplo, aos movimentos unificadores das empresas do setor quando se trata de defender seus interesses. Seja nas recorrentes diligências em benefício da concentração, pela propriedade cruzada dos meios, seja nas manifestações de altruísmo coletivo, quase totalitário, em favor da auto-regulamentação dos conteúdos – como ocorreu recentemente no episódio em que a punição ao programa **Domingo Legal**, de Gugu Liberatto¹⁵ foi majoritariamente discutida sob a perspectiva do retorno da censura.

Um dos perigos freqüentes quando se fala sobre as inovações tecnológicas é a possibilidade de centrar a discussão num papel determinante da tecnologia *per se*, ignorando a historicidade do processo de acumulação e das relações de poder nas sociedades capitalistas.

¹⁵ O programa exibiu, em agosto de 2003, uma entrevista com bandidos fictícios, apontados como pertencentes à organização Primeiro Comando da Capital (PCC). Nesta entrevista, os “bandidos” ameaçavam personalidades do *show business* nacional e apresentadores de programas vespertinos de canais concorrentes ao canal que transmitiu a entrevista, o SBT.

Castells (1996, p. 328)¹⁶ afirma:

A potencial integração de texto, imagens, e sons no mesmo sistema, interagindo de múltiplos pontos, em um tempo escolhido (real ou protelado) por meio de uma rede global, em condições de acesso abertas e sustentáveis, muda fundamentalmente o caráter da comunicação.

Embora faça ressalvas à idéia determinista de que apenas a tecnologia é responsável pelas mudanças atuais, Manuel Castells (1996) – como também Pierre Lévy (1999; 2003a), Francis Fukuyama (2000) e Lester Thurow (2001) – termina por apontar a evolução tecnológica como responsável direta pelo ciclo de convergência das comunicações. Estes autores tendem a desprezar qualquer necessidade de destacar que a intensa disputa entre formatos tecnológicos, anterior a adoção ou à reconfiguração de um veículo de comunicação massiva, é determinada por critérios nos quais a tecnologia em questão não é necessariamente o foco principal.

A cíclica reformulação dos produtos e a conseqüente formação de hábitos de consumo, intrínseca ao capitalismo, é composta por processos com distintos níveis de complexidade que não cabem numa formulação genérica como “a tecnologia determina a reconfiguração dos meios tradicionais”. Na discussão sobre o padrão de televisão digital a ser escolhido para o Brasil, por exemplo, a escolha entre os padrões dos EUA, ATSC (*Advanced Television Standard Committee*); da Europa, DVB-T (*Digital Video Broadcasting-Terrestrial*); do Japão, ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting-Terrestrial*); da China, ainda em desenvolvimento, e, finalmente, de um padrão nacional a ser criado, implica, para além da tecnologia, intensas negociações no plano das relações internacionais entre os países envolvidos. Neste caso, uma decisão política sobre o campo econômico é que determinará qual tecnologia – e como – irá reconfigurar o cenário televisivo nacional.

Esta escolha tem envolvido atores distintos com interesses em conflito. Inicialmente, o debate esteve voltado para uma parceria entre duas entidades representativas do mercado, **ABERT** – *Associação Brasileira de Rádio e Televisão* e **SET** – *Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão e Telecomunicações*, a agência reguladora **Anatel** e um centro de pesquisa, o **CPqD**. Neste momento, efetivamente, o debate esteve centrado na análise das distintas tecnologias. No último ano, um novo debate tomou fôlego nesse campo: a inclusão digital.

A partir das declarações do ex-Ministro das Comunicações, Miro Teixeira, prevendo para meados de 2004 o lançamento de um padrão nacional de TV Digital que trará embutido a possibilidade de acesso à Internet, esta discussão tem mudado de perspectiva. “Queremos promover a inclusão digital pelo aparelho que é mais familiar ao brasileiro, a televisão”, disse o então Ministro (MARQUES, 2003, *online*). O governo Lula, desta forma, transpôs a discussão para o plano das políticas públicas, agregando princípios econômicos, a partir da aventada possibilidade de um sistema nacional que poderia gerar empregos e diminuir o pagamento de *royalties* ao exterior, e sociais como inclusão digital, diversidade, educação à distância (Dec. 4.901, de 27 de novembro de 2003).

¹⁶ “The potential integration of text, images, and sounds in the same system, interacting from multiple points, in chosen time (real or delayed) along a global network, in conditions of open and affordable access, does fundamentally change the character of communication.” (T.A.)

Com esta transposição, novos atores foram definidos e novos conflitos se delineiam. No Conselho de Comunicação Social, por exemplo, em outubro de 2003 o representante das empresas de televisão reclamou:

(...) lembro-me de alguns *slogans* no Brasil, e talvez o mais importante tenha sido aquele: “O petróleo é nosso”. Recentemente, o *slogan* é: A TV digital é nossa. Esse ato recente do Governo de criar uma comissão interministerial sem representantes de empresas me deixou realmente preocupado. (...) Lá pelas tantas, o modelo X pode oferecer aos empresários brasileiros uma contrapartida de tal sorte que, para se viabilizar com alguma rapidez a implementação dessa TV digital, na decisão final, ela seja, talvez, um componente mais efetivo do que a capacidade técnica, porque sabemos que os três modelos já implementados são repletos de virtudes. Talvez um seja um pouco melhor ou mais atualizado, mas os três modelos são absolutamente aceitáveis. É preciso não se politizar demais o assunto. Esse é o meu receio. O Governo vai politizar – é razoável que pense assim – e ajudar as empresas nacionais de fabricação de componentes, mas é preciso que as empresas de televisão, sobretudo, sejam chamadas a opinar antes que haja uma decisão final do tal modelo¹⁷.

Pouco tempo antes da manifestação do conselheiro Roberto Wagner Monteiro, o **Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação** também lançava um manifesto reclamando a participação desta entidade no processo (FNDC, 2003, *online*). O desafio do Estado nesse jogo de forças é acomodar estes atores e atuar como interlocutor das necessidades sociais. Assim, a necessidade, apontada pelo representante das empresas de TV, de “despolitizar” o assunto pode ser traduzida em um desejo de que o Estado volte à discussão centrada na adoção desta ou daquela tecnologia.

Como afirma Robert McChesney (1996), a centralização do debate na tecnologia corresponde aos interesses do mercado. Estes interesses, por sua tendência ao aumento das desigualdades sociais, são expressos a partir de uma mitologia que objetiva ocultar o conflito.

De fato, o capitalismo que se encontra superficialmente descrito na literatura sobre Internet e as superestradas da comunicação é um (capitalismo) intoxicante: ele é composto de arriscados capitalistas, empreendedores audazes, e consumidores desenvoltos. Não há trabalhadores baratos, explorados; degradação ambiental; suborno ou corrupção; classes impregnadas; depressões econômicas; instâncias de decadência social; e consumidores enganados. Há vencedores ousados, de mentes abertas e raramente alguns perdedores. É o capitalismo no seu melhor.¹⁸

Assim, destituído da contextualização histórica da apropriação dos meios de comunicação pelo mercado, o discurso lembra aquele que fazia a defesa da

¹⁷ Manifestação do conselheiro Roberto Wagner Monteiro transcrita na Ata Circunstanciada da 8ª Reunião de 2003, do dia 06 de outubro de 2003, disponível em <<http://www.senado.gov.br/web/comissoes/ccs>>.

¹⁸ “*In fact, the capitalism one finds described superficially in the literature on the Internet and the communication highway is an intoxicating one: It is composed of venture capitalists, daring entrepreneurs, and enterprising consumers. There are no cheap, exploited laborers; no environmental degradation; no graft or corruption; no ingrained classes; no economic depressions; no instances of social decay; and no consumer rip-offs. There are bold, open-minded winners and hardly any losers. It is capitalism at its best.*” (T.A.)

desregulamentação, colocando o Estado como entidade independente do mercado ou da sociedade. Como podemos observar nas assertivas de Pool (1983), o Estado transformava-se no grande vilão a impedir a democratização das comunicações:

Este desenvolvimento, junto ao desenvolvimento de múltiplas tecnologias de comunicação e microprocessadores baratos, promoverá uma tendência para sistemas de comunicação mais pluralistas e competitivos. Com centenas de canais nos sistemas de cabo, videocassetes, videodiscos, ISDNs, e pontos de rede para milhares de serviços de informação *on-line*, deverá existir uma diversidade de vozes muito além de qualquer coisa conhecida hoje. Os monopólios telefônicos estão sendo quebrados. (p. 229)¹⁹.

Poucos monopólios derivam apenas de fatores econômicos, e menos ainda sobrevivem pela coerção privada apenas. Mafiosos não são tão fortes. A força que preserva a maioria dos privilégios monopólicos é a lei. Alguns monopólios se fixam em patentes, outros em *copyright*, ainda outros em franquias ou licenças, outros em direito de propriedade em posições únicas, e muitos nas práticas regulatórias que protegem interesses investidos contra agressões. A maioria dos monopólios existe pela graça das políticas e das cortes. Do ponto de vista social alguns são desejáveis, outros indesejáveis; mas a maioria desapareceria na ausência de coerção (p. 241)²⁰.

Deixando de lado a previsão não confirmada (escrevendo há 20 anos, o autor não poderia prever que logo após a publicação do livro começaria a expansão das empresas de telefonia no mercado mundial), a idéia de que o livre-mercado leva à competição tem sido sistematicamente combatida. Ao contrário das premissas (neo)liberais, uma das contradições intrínsecas à competição é que ela tende à concentração por meio de monopólios ou oligopólios e, conseqüentemente, à exclusão econômica (HARVEY, 2003; HERSCOVICI, 2001; BOLAÑO, 2000). Assim,

se, por um lado, essas redes eletrônicas podem ser concebidas como um sistema de colaboração que gera externalidades positivas em função do aumento de membros, isto concerne, apenas, às informações que chamamos de públicas ou quasi-públicas; este aspecto entra em conflito com a utilização dessas redes pelas empresas, à medida que, neste caso, é preciso limitar o acesso à informação privada ou semiprivada. O estudo das evoluções históricas das diferentes mídias mostra que, geralmente, a fase concorrencial corresponde à instauração de um sistema de cooperação e é característica de um período durante o qual está tendo formação o uso daquela tecnologia: o exemplo do telégrafo e do rádio mostra que, antes de se estabilizar, esses sistemas tecnológicos se caracterizaram por estruturas que permitiram esta cooperação entre os diferentes usuários; o exemplo das rádios livres, na França, é característico deste processo: durante uma fase de “turbulência”

¹⁹ “This development, along with the development of multiple technologies of communication and of cheap microprocessors, will foster a trend toward pluralistic and competitive communication systems. With hundred-channel cable systems, videocassettes, videodisks, ISDNs, and network links to thousands of on-line information services, there should be a diversity of voices far beyond anything known today. Telephone monopolies are being broken up.” (T.A.)

²⁰ “Few monopolies exist from economic factors alone, and fewer still survive by private coercion alone. Mafiosos are not that strong. The force that preserves most monopoly privilege is the law. Some monopolies rest on patents, others on copyright, still others on franchises or licenses, some on property rights in unique locations, and many on regulatory policies that protect vested interests against assault. Most monopolies exist by grace of the police and the courts. From a social point of view some are desirable, others undesirable; but most would vanish in the absence of enforcement.” (T.A.)

durante a qual se determinam os usos sociais dominantes, é possível haver segmentos nos quais prevalecem as lógicas não mercantis (como, por exemplo, o sistema Linux, os *hackers*, etc.). Não obstante, à medida que o sistema vai se estabilizando e que se desenvolvem os diferentes movimentos de concentração, esses espaços não-mercantis vão diminuindo (HERSCOVICI, 2001, p. 10-11).

Neste panorama, a Economia Política da Comunicação, não apenas surgiu como também retorna ciclicamente a: a) uma reação (e uma discordância) aos modelos teóricos comportamentais-psicológicos (funcionalistas) e às teorias deterministas dos fenômenos da comunicação de massa; e, b) uma tentativa de integrar teorias econômicas (particularmente Marxistas) a uma teoria crítica da sociedade.

Nesta ordem cíclica, a velocidade das privatizações e a desregulamentação do setor de comunicações, a convergência das mídias, as mudanças da economia política global (declínio do comunismo, falência do terceiro mundo, etc.) e o desenvolvimento dos movimentos sociais reativos à mercantilização das práticas sociais (ONGs, organizações feministas, ecologistas, *gays*, etc.), trouxeram de volta à perspectiva crítica posição de destaque no campo da comunicação. Tal qual a motoca Chapa, do desenho animado *Carangos e Motocas*²¹, os pesquisadores da Economia Política da Comunicação podem agora dizer: “*Eu te disse! Mas, eu te disse! Eu te disse*”.

Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodore. *Culture industry reconsidered*. In: ADORNO Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *The culture industry: selected essays on mass culture*. London: Routledge, 1991.
- _____. Televisão, consciência e indústria cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Ed. Nacional, 1975. p.347-354.
- BERGER, Christa. *América Latina: itinerário ao encontro das teorias da comunicação*. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 1998, mimeo. Trabalho apresentado ao curso: Teorias do Jornalismo e Comunicação I.
- BOLAÑO, César. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec; Polis, 2000.
- CAPPARELLI, Sérgio. *Relato crítico sobre o texto “A regulamentação da TV em tempos de convergência tecnológica, política e econômica”*: de Othon Jambeiro. São Leopoldo: Unisinos, 1996. mimeo. Apresentado no V Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. V Compós.
- CASTELLS, Manuel. *The rise of network Society*. Massachussets: Blackwell, 1996.
- FNDC. *Manifesto do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação*: Grupo de Trabalho da TV Digital precisará ampliar sua representação. Brasília: 30 jun. 2003. Disponível em <<http://www.fndc.org.br>>.
- FREITAG, Barbara. *A teoria crítica, ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- FUKUYAMA, Francis. *A grande ruptura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- GARNHAM, Nicholas. *Capitalism and communication, global culture and the economics information*. Londres: Sage, 1990.
- _____. *La economía política de la comunicación: el caso de la televisión*. *Telos*. Cuaderno Central: Economía de la información y la comunicación, Fundesco, n. 28, p. 68-75, dez./fev. 1991.

²¹ *Wheelie and the Chopper Bunch*, Hanna-Barbera, 1974.

- GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham (Ed.). *The political rconomy of the media*. Cheltenham, UK; Brookfield, US: The International Library of Studies in Media and Culture, 1997a. v. 1.
- _____. *The political economy of the media*. Cheltenham, UK; Brookfield, US: The International Library of Studies in Media and Culture, 1997b. v. 2.
- GRAHAM, Philip. *Globalist fallacies, fictions, and facts: The MAI and neo-classic ideology. Australian Rationalist*, n. 46, 1998. Online Disponível em: <<http://www.geocities.com/SunsetStrip/Palms/8314/global.html>>.
- HARVEY, David. A arte de lucrar: globalização, monopólio e exploração da cultura. In: MORAES, Denis. *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 139-172.
- HERSCOVICI, Alain. *A Sociedade da Informação: os mitos da tecnologia e da economia. uma análise em termos de Economia Política*. Trabalho apresentado no II Expocom-Mercosul. Montevideu: Intercom, mai. 2001, mimeo.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodore W. *Dialética do esclarecimento*: São Paulo: Ática, 1975.
- IVO, Anete Brito Leal. *Metamorfose da questão democrática: governabilidade e pobreza*. Buenos Aires: Clacso, 2001. Disponível em: <<http://www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/ivo/ivo.html>>.
- JAY, Martin. *The dialectical imagination: A history of the Frankfurt School and the Institute of Social Research*. Berkeley, Ca: University of California Press, 1993.
- KELLNER, Douglas. *Television and the crisis of democracy*. Boulder: Westview Press, 1990.
- KESTER, Grant. *Access denied: information policy and the limits of liberalism*. Afterimg 21.6. jan. 1994. disponível em: <<http://www.rochester.edu/College/FS/Publications/KesterAccess.html>>.
- LAPIEDRA, Enric Saperas. *Comunicación y anticipación utópica: Contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la Sociología de la Comunicación*. In: MORAGAS, M. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985, v. 1. p. 163-179.
- LEMONS, André. Dogmas da inclusão digital. *Correio Braziliense*. Brasília: 13 dez. 2003. In: FNDC. *Clipping FNDC* [Boletim eletrônico]. Recebido por suzysantos@superig.com.br, 15 dez. 2003.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- _____. *Conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo: ed. 34, 2003a.
- _____. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Denis. *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003b. p. 367-384.
- MACHADO, Juremir. Tecnologias do imaginário versus imaginários tecnológicos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 10., Belo Horizonte, 1999. [Anais...]:GT Comunicação e Sociedade Tecnológica. Belo Horizonte, COMPÓS, 1999.
- MARQUES, Jerusa. Modelo de TV digital entra em consulta pública. *Net Estado*. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 26 jun. 2003. Disponível em: <<http://busca.estadao.com.br/tecnologia/telecom/2003/jun/26/166.htm>>.
- MATTELART, Armand; MATTLART, Michele. *Histórias das teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2001.
- McCHESNEY, Robert W. *The Internet and U.S. communication policy-making in historical and critical perspective. Journal of Computer-Mediated Communication*. Online: s.l.: v. 1, n. 4, mar. 1996. Disponível em: <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/mcchesney.html>>.
- MIÈGE, Bernard. *The capitalization of cultural production*. Nova Iorque: Internetwork General, 1989.

- MOSCO, Vincent. *Myth-ing links: power and community on the information highway*. In: MOLL, Marita; SHADE, Leslie Regan (Ed.). *E-commerce vs. e-commons: communications in the public interest*. Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives, 2001. p. 9-20.
- MOLL, Marita; SHADE, Leslie Regan (Ed.). *The political economy of communication: rethinking and renewal*. Londres: Sage, 1996.
- MURDOCK, Graham. *Redrawing the map of the communications industries: concentration and ownership in the era of privatization*. In: FERGUSON, Marjorie (Ed). *Public Communication: the new imperatives*. Londres: Sage, 1990.
- _____. *Transforming media structures: ownership, policy and regulation*. In: FERGUSON, Marjorie (Ed). *Public Communication*. Londres: Sage, 1990. p. 1-15.
- NATANSOHN, Leonor Graciela. *Consultando médicos na televisão: meios de comunicação, mulheres, medicina*. Salvador, 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2003.
- POOL, Ithiel de Sola. *Technologies for freedom: on free speech in an electronic age*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1983.
- RICHERI, Giuseppe. *La transición de la televisión*. Barcelona: Paidós, 1995.
- RÜDIGER, Francisco. *Comunicação e teoria crítica da sociedade: Adorno e a Escola de Frankfurt*. Porto Alegre: Edipucrs, 1999.
- SCHILLER, Herbert I. *Not yet the postimperialis era. Critical Studies in Mass Communication*. Online: 1993, n. 8, p. 13-28. Disponível em: <<http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/postimp.htm>>.
- SINCLAIR, John. *The decentering of cultural imperialism: Televisa-ion and Globo – ization in the Latin World*. *Intercom: Revista Brasileira de Comunicação*, São Paulo: v. 16, n. 1, p.120-134, jan/jun. 1993.
- SMYTHE, Dallas W. *Communications: Blindspot of Western Marxism*. *Canadian Journal of Political and Social Theory*. Winnipeg, Manitoba, Canadá: v. 1, n. 3, p. 1-27, fall, 1977. Disponível em: <<http://www.ctheory.net/library/journal.asp?journalid=3>>.
- SODRÉ, Muniz. O globalismo com neobarbárie. In: MORAES, Denis. *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 367-384.
- SOUSA SANTOS, Boaventura. *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 1995.
- THUROW, Lester. *A construção da riqueza*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- VIZENTINI, Paulo Fagundes. A extrema-direita, a França e a União Européia. In: *A nova ordem global: relações internacionais do século 20*. Holanda: abr. 2002. Disponível em: <http://educaterra.terra.com.br/vizentini/artigos/artigo_68.htm>.
- WEBSTER, Frank; ROBINS, Frank. *Information technology: a Luddite analysis*. Norwood, NJ.: Ablex, 1986.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.
- YEHYA, NAIEF. Ciberpunks y Ciberyuppies. *Página Impar*. México: mar. 1996. Disponível em: <<http://www.jornada.unam.mx/1996/mar96/960304/sem-pagimpar1.html>>.

A volta dos que não foram: a perspectiva crítica nas análises sobre novas tecnologias de comunicação

Resumo

A partir do aporte teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação, corrente que pode ser genericamente definida como o estudo das relações sociais, em especial as relações de poder que mutuamente constituem a produção, distribuição e consumo de recursos, inclusive os meios de comunicação, o artigo investiga, sem limitar-se às caricaturais dicotomias “funcionalistas x frankfurtianos” / “apocalípticos x integrados”, a atualidade da Tradição Crítica, em particular do conceito de Indústria Cultural, considerando as novas questões

incluídas no sempre recorrente debate sobre as características revolucionárias, interativas e descentralizadas das novas tecnologias e seus limites.

Palavras-Chaves:

novas tecnologias, Teoria Crítica, Indústria Cultural, Economia Política da Comunicação

The return of those who did not go: a critical perspective in the analyses of new communication technologies

Abstract

From the start point of the theoretical-methodological support of the Communication's Political Economy, a movement that can be generically defined as the study of social relations, especially the relations of power that mutually constitute the production, distribution and consumption of resources, including the means of communication, the article investigates, without restricting to the caricatural dichotomies “functionalists vs frankfurtians” / “apocalyptists vs integrated”, the present Critical Tradition, in particular the concept of Cultural Industry, considering the new questions included in the common recurring debate about the revolutionary, interactive and decentralized characteristics of the new technologies and their limits.

Key-Words: *new technologies, Critical Theory, Cultural Industry, Communication's Political Economy*