



Foto: Valéria Simões

A Era das Comunicações

Antonio Albino Canelas Rubim*

"Antes o mundo era pequeno Porque terra era grande Hoje o mundo é muito grande Porque terra é pequena Do tamanho da antena Parabolicamará"
Gilberto Gil

Vivemos hoje, para o mal e para o bem, sob o signo da parabólica. O episódio Ricupero, acontecido nas eleições presidenciais de 1994, mesmo em tom de trapalhada, dentre inúmeros exemplos possíveis, assim o demonstra. A terra ficou pequena e o mundo tornou-se grande para o nosso contemporâneo viver planetário.

De fato, desde o século XIX o mundo onde vivemos passa por transformações profundas em uma diversidade de suas dimensões, inclusive as espaço-temporais. Tais alterações foram ocasionadas, de início, pela "revolução" dos transportes, com seu inédito aceleração propiciado pela aplicação dos motores acionados pelo vapor e, pouco depois, pe-

los combustíveis derivados do petróleo.

As transformações mais profundas estavam então apenas pré-figuradas. Sua radicalização acontece pouco depois com uma outra "revolução" que afeta as comunicações em sua múltipla complexidade e cria um outro e novo mundo. Este revolucionamento combina telecomunicações, comunicação midiática e, mais tarde, informática.

Dentre as inovações nas tecnologias das telecomunicações, ocorridas nos primórdios desta "revolução", destacam-se: o telégrafo óptico (1792); o telégrafo (1838); o telefone (1876) e o telégrafo sem fio (1896). No campo da comunicação, mais especificamente, podem ser lembrados: a mecanização da imprensa (1814); a fotografia (1826); o fonógrafo (1877) e finalmente o cinema (1895) (FABRE, 1980).

As inovações tecnológicas, entretanto, não podem ser isoladas de sua inserção histórico-social, na qual forjam seu sentido e presentificam-se em formatações específicas. Por exemplo: a mecanização da antiga imprensa - inventada por Gutenberg e, no essencial, mantida quase sem alterações até o século passado -; a sua simultânea constituição empresarial e o advento da publicação como fonte de receita significativa (a partir de 1836) conjugam-se na configuração do jornalismo, em sua versão atualmente existente (RUBIM, 1988).

O jornalismo, em sua acepção contemporânea, aparece como inaugurador das significativas mudanças que irão configurar uma nova modalidade de comunicação e seu novo campo. Com o jornalismo começam a surgir as instituições específicas de comunicação na sociedade, as pessoas especializadas e as profissões de comunicação, os valores e a simbólica própria deste novo campo. Enfim, com esta versão atualizada do fazer jornalístico configura-se o campo dos mídia e a indústria cultural.

Não por acaso, assiste-se no século XIX a uma enorme expansão quantitativa e qualitativa do jornal. Se a tiragem total de jornais franceses no início daquele século alcança 50 mil exemplares diários, em 1880 ela atinge dois milhões de exemplares. Os maiores jornais passam de tiragens de cinco mil exemplares, nos anos iniciais do século XIX, para 1,5 milhões em 1990, a exemplo do *Petit Parisien* (CAZENEUVE, p. 154/155).

A constituição do campo dos mídia consolida-se com a emergência das sóciotecnologias de repro-

dução não circunscritas ao texto. Já na segunda fase do século, a fotografia estará incorporada ao jornal. Mas a reproduzibilidade da imagem e do som começa a ser realizada efetivamente com o aparecimento do fotógrafo e principalmente do cinema, ainda no século passado. Com o rádio (1915), o gravador (1935), televisão (1926), as televisões por "cabo" (1950) e o vídeo (1956), consolida-se, em seus traços essenciais, o campo dos mídia (HOINEFF, 1991).

Organizado, este campo expande-se espetacularmente no presente século. O cinema com Hollywood e a indústria cinematográfica. O rádio, popularizado com a invenção do transistor (1947), alcança em 1980 a marca de 1,3 bilhão de aparelhos em funcionamento. A televisão, que em 1949 atinge um milhão de americanos, tem 810 milhões de aparelhos espalhados pelo mundo em 1991.

A tentacular ampliação do campo dos mídia em nosso século realiza-se em simbiótica conexão com os admiráveis desenvolvimentos das telecomunicações, que lhe fornecem um suporte sóciotecnológico imprescindível. Para citar apenas alguns exemplos, podem ser assinalados: as transmissões em microondas e via satélite (1962); o fax (1956) e a telefonia celular (1983). Alguns dados acerca destas áreas podem ser elucidativos da gigantesca amplitude atingida. Em 1990, existiam 11,1 milhões de assinantes de telefones celulares contra 100 mil sete anos antes. Em 1992, os aparelhos de fax no mundo totalizavam 25 milhões, enquanto as linhas telefônicas, em 1985, eram da ordem de 407 milhões. Fácil perceber a avassaladora expansão se lembrarmos que em 1879 existiam apenas 25 mil telefones em todo o planeta.

Mas a "revolução" contemporânea das comunicações não pode ser pensada sem a decisiva presença de um outro componente essencial para a compreensão de suas características e das profundas mudanças em curso: a informática e a telemática, conjugação desta com as telecomunicações.

O computador (1946); o banco de dados informatizado (1955); o modem (1958); o minicomputador (1960); a rede informática (1969); o microprocessador (1970); o disquete (1973); o microcomputador (1977) e o microcomputador portátil (1981) tornam-se componentes indissociáveis

das comunicações na atualidade não só pela sua utilização especializada, mas pelo desenvolvimento de novas possibilidades comunicacionais: a multimídia (computação gráfica, CD-ROM, etc) e suas aplicações no universo das tecnologias "convencionais" de comunicação, como, por exemplo, a foto-CD.

O processo de imbricamento tem seu ponto de encontro mais significativo nas auto-estradas da informação, onde se conjugam as redes de comunicação, telecomunicações, informática e um conjunto de novos serviços midiático-interativos, como compras à distância, operações financeiras realizadas das residências, etc, cujo embrião encontra-se no Minitel francês (1981), guia eletrônico e serviço interativo disponível em casas e empresas.

Toda esta teia de infinitas redes, em íntima e simbiótica conjugação, perpassa nossas vidas em sua multiplicidade de dimensões modelando e inclusive criando seus espaços e tempos, reais e/ou virtuais. Esta complexa ambiência sóciotecnológica nos conduz inexoravelmente à era da globalização. Voltamos assim ao início, às "parabólicas" e aos desafios desta terra pequena, deste mundo "muito grande", finalmente planetário.

Globalização, sociabilidade e comunicação contemporâneas

A sociedade global é, sem dúvida, um dos signos mais marcantes da contemporaneidade. Ela desempenha papel análogo ao exercido pelo estado-nação na modernidade. Ainda que modernidade e estado-nação não possam ser identificados, sem mais, como bem anota Renato Ortiz, pode-se afirmar que o estado-nação, constituído historicamente através da modernidade, tornou-se uma das suas conformações mais expressivas (ORTIZ, 1994 p.49/50).

Neste sentido, a novidade da globalização não pode estar apenas alicerçada na reiteração de que estamos integrados ao mundo, dado que isto, de algum modo, acontece desde o século XVII com o desenvolvimento das relações (inter)nacionais, primeiro passo do processo de desterritorialização que

se inicia na modernidade e que se intensifica em potência na atualidade.

Bem mais que isto, a noção de globalização tem um sentido bem mais abrangente e preciso. Ela deve significar que hoje estamos sempre no mundo, pois funcionamos cotidiana e instantaneamente integrados nele (CASTELLS, 1992 p.8).

E mais ainda, a globalização, entendida como processo em marcha (Ianni, 1993), produz seu sentido na fina percepção de que muitas das instituições modernas encontram-se em crise e que uma plêiade de novas instituições sociais estão emergindo e esta movimentação de instituições redefine mesmo a conformação da sociabilidade contemporânea.

As transformações têm suas expressões mais contundentes nas redes e blocos político-econômicos, onde a globalização parece avançar mais aceleradamente, desde a queda do "socialismo realmente existente" e da desarticulação de "terceiro mundo". O mercado mundial previsto por Marx só agora se configura em plenitude, com o capital viajando ágil e desterritorializado.

No entanto, a globalização conjuga-se com um processo aparentemente paradoxal: a emergência de manifestações político-culturais locais. No mundo globalizado, o homem parece necessitar de elos, referências e raízes densas, derivados de envolventes lugares de convivência. As identidades sociais, em suas diversas modalidades (nacionais, étnicas, religiosas, sexuais, culturais enfim), tornam-se fundamentais para (sobre)viver (n) o impactante mundo planetário.

As diferenças e os particularismos culturais, indispensáveis para manter a diversidade e a pluralidade da vida, estão perigosamente susceptíveis de serem contaminados pela lógica do gueto, da intolerância e por um procedimento de pertença e afirmação que tende a negar o outro. A manutenção de alguns valores universais aparece então, como repetidamente tem assinalado o filósofo Jürgen Habermas, como essencial à vida planetária (HABERMAS, 1995).

Esta sociedade global tem sido nomeada através da recorrência a variadas rotulações: "Aldeia Global" (MCLUHAN, 1974); "Sociedade Informática"

(SCHAFF, 1991); "Sociedade da Informação (por exemplo: LYON, 1992); "Idade Mídia"; "Sociedade da Comunicação", etc. Esta diversidade de designações, independente de seus sentidos singulares, quer dar visibilidade e reter de imediato a avassaladora presença das comunicações na atualidade.

Castells, citando dados utilizados por Mark Hepworth em seu livro *Geography of the information economy*, afirma que na década de oitenta mais de 50% da população economicamente ativa dos Estados Unidos e entre 30 e 40% da Europa Ocidental estão empregados em atividades de processamento de informações, seja na produção de bens, seja na prestação de serviços (CASTELLS, 1992 p.7). Já Marc Porat assinala que 50% dos trabalhadores americanos estavam engajados no "setor da informação", já em 1967, sem no entanto definir com muita precisão este setor (PORAT, 1977).

Obviamente a relevância quantitativa das comunicações e da informação deve ser levada em consideração como variável inscrita nestas denominações, mas ela somente não pode justificar tais nomeações. Torna-se necessário buscar enlaces mais qualitativos entre as comunicações e a contemporaneidade para compreender o substantivo de tais noções.

Uma destas conexões deriva das alterações ocasionadas pelos mídias nos parâmetros formatadores da sociabilidade moderna, instituindo por conseguinte uma diversa modalidade do homem ser e estar no mundo.

Dimensões como tempo e espaço; real e imaginário/fantasia; público e privado etc, sofrem profundas transfigurações na contemporaneidade. Giddens, Harvey e Ortiz encontram-se entre os au-

" No mundo globalizado, o homem parece necessitar de elos, referências e raízes densas, derivados de envolventes lugares de convivência. As identidades sociais, em suas diversas modalidades (nacionais, étnicas, religiosas, sexuais, culturais enfim), tornam-se fundamentais para (sobre)viver (n) o impactante mundo planetário. "

tores que têm estudado tais modificações. (GIDDENS, 1991 e Harvey, 1992). Em texto anterior também procuro analisar mais detalhadamente as mutações destes parâmetros ocasionados pela "revolução" das comunicações (RUBIM, 1995).

Não só os parâmetros ordenados da sociabilidade são transmutados. As novas comunicações ao deter quase monopolisticamente o dom da publicização na sociedade engendram novas zonas reais e virtuais de sociabilidade; a televidência e a *cybervidência* que irão se miscigenar, em complexa conjunção, com a moderna *convivência*, realizada pela presença em espaços (re)organizados pela modernidade: a praça, a rua, a casa, a fábrica, o parlamento, a cidade, enfim.

A redefinição dos parâmetros e o engendramento de novos espaços de sociabilidade entrelaçados (convivência, televidência e *cybervidência*) fazem das comunicações partícipes estruturais na configuração da complexa e planetária sociabilidade contemporânea. As comunicações deixam de ser puramente instrumentais e, deste modo, assumem uma posição estratégica na atualidade.

O tendencial monopólio do ato social de publicizar e este lugar estratégico ocupado pela comunicações na (configuração da) contemporaneidade aglutinam poder e transformam as comunicações em campo privilegiado de poder (RUBIM, 1994). A questão de sua democratização emerge então com todo vigor. Com certeza, na contemporaneidade não se pode falar a rigor em democracia sem que se realize a democratização das comunicações, sem que seu poder esteja controlado democraticamente pela sociedade.

Referências Bibliográficas

BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. in: *Obras Es-*

colhidas. Volume 1. São Paulo: Brasiliense. 1986, p. 91-107.

BRETON, Philippe. *História da informática*. São Paulo: UNESP. 1991.

CASTELLS, Manuel. A economia informacional: A nova divisão internacional do trabalho e o projeto socialista. In: *Caderno do CRH*. Salvador: 1992, (17):5-34.

CAZENEUVE, Jean. *Guia alfabético das comunicações de massas*. Lisboa: Edições 70.

FABRE, Maurice. *História da comunicação*. Lisboa: Moraes. 1980.

HABERMAS, Jürgen. Entrevista realizada por Bárbara Freitag e Sérgio Paulo Rouanet. In: *Folha de São Paulo*. 30 de abril de 1995.

HORINEFF, Nelson. *Tv em expansão*. Rio de Janeiro: Record. 1991.

IANNI, Octavio. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 1993.

LYON, David. *A sociedade da informação*. Oeiras: Celta. 1992.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix. 1974.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense. 1994.

PORAT, Marc. *The information economy: definition and measurement*. Washington: US Government Printing Office. 1977.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e capitalismo*. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA. 1988.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Media e democracia: aspectos teóricos*. Trabalho apresentado no GT Política e História das Ideias no XVIII Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu, 1994 (texto inédito) 1994.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Media e sociabilidade. Algumas incursões acerca da temática* In: OLIVEIRA, Marinyse e BRAGA, Ana Livia (orgs). *Janelas e Imagens*. Salvador. Art-Contemp. 1995, p. 9-15.

SCHAFF, Adam. *A sociedade informática*. São Paulo: Brasiliense/UNESP. 1991.

* Antonio Albino Canelas Rubim é professor do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas; diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia; pesquisador do CNPq.