

COMUNICAÇÃO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA SOCIEDADE CAPITALISTA

Valério Cruz BRITTOS¹

Num quadro de queda da taxa de lucro, novos arranjos foram desenhados pela sociedade capitalista, a maioria deles implementados a partir da aceleração do processo de inovação tecnológica, viabilizadora de comunicações mais céleres intra e intercompanhias, bem como de fornecimento de amplos processos de consumo (e trocas) simbólicos a todos os clientes com recursos para tal. Isso tem permitido a expansão dos capitais (incrementando a globalização) e, em meio a isso, elevado o papel do fenômeno comunicacional-informacional a uma importância até então não registrada, identificando-se no cotidiano da sociabilidade uma relevância que também pode ser contatada pela movimentação de recursos econômicos carreados para este setor, tanto de empresas que já atuavam no campo, quanto de outras, alheias à área, as *outsiders*. Verifica-se esta dinâmica enfaticamente desde a década de 80 do século XX, quando as novas tecnologias de comunicação e informação (NTCI) espalham-se por todos os lugares e tendem a ser incorporadas por maiores contingentes humanos.

Novos parâmetros emergem, constituídos por corpos econômico-políticos que se apresentam como renovados, mas que escondem os mesmos conceitos, até porque seus formuladores/beneficiários são os mesmos. As técnicas participam da constituição dessas lógicas, na mesma medida em que as organizações rearticulam-se transnacionalmente, num movimento assimétrico de intersecção de cenários mundiais, regionais, nacionais e locais. Antes de tudo, esses dispositivos tecnológicos, as indústrias de comunicação e a cultura global apresentam um papel econômico definido, ligado à busca de um novo ciclo de crescimento. Essas novas mídias provocam mudanças no âmbito do capitalismo, tanto que, na essência, são reforçadas tendências já existentes, como maior mobilidade do capital, segmentação da oferta, ampliação do estoque cultural disponível, desenvolvimento de novos produtos, criação periódica de profissões, aumento do controle sobre os cidadãos e massificação da educação. Por

isso, compreende-se que as NTCI não provocam revolução, por si, representando a sofisticação do capitalismo, de maneira que os primados de continuidade superam os de mudança.

O caráter fortemente concentrador e conservador da sociedade chega a esses dispositivos (incorporados ao cotidiano de corporações dos mais diversos setores), que são usados ainda para realimentar o todo social, no conjunto de suas características. Deve a disseminação de redes ser lida como característica da fundação econômico-social capitalista contemporânea. Mas não constitui novidade a existência de um arregimentado pólo de defensores da tese de que a tecnologia é fonte direta do nascimento de fases históricas inéditas. Seria a sociedade da informação – marcada pelo alcance de um novo índice social e pessoal, em grande medida determinado pela tecnologia –, cujos defensores acusam os mais cautelosos na análise da realidade empírica de neo-luddistas, justamente por não compartilharem esse entusiasmo. Ao contrário, apesar de uma euforia ante os rearranjos capitalistas, verificada em diversos agrupamentos e nos mais variados países, há um aumento dos desníveis sociais, que se materializam inclusive no acesso e uso dos eventuais benefícios dos novos equipamentos técnicos, solidificando a exclusão digital.

Ritmo industrial

A partir das três décadas finais do século XX, delineou-se uma nova formatação do capitalismo, com a liberação de múltiplos setores para inversão direta dos capitais em concorrência, em detrimento de uma regulação que, até aquele momento, privilegiava uma concepção de cunho estatal. Essas mudanças chegam à comunicação, que, inclusive, é um dos campos mais atingidos, assumindo uma relevância crescente na vida corporativa e no conjunto da sociabilidade, sendo eleita como uma área mais fértil para investimento econômico. Considerando-se fatores como o firmamento do mercado como o grande lugar de negociação e, por decorrência, filtro da informação; a consolidação da televisão como o lugar privilegiado de consumo doméstico massivo e privatizado; e o acirramento da diferença de níveis de acesso comunicacional – um decisivo e elitista e outro de entretenimento e massivo – assinala Garnham (1990, p.104-14) que as estruturas comunicacionais e informacionais de construção, distribuição e consumo de bens simbólicos, na contemporaneidade, estão atravessando um período de enormes transformações, de efeitos negativos à sociedade global.

É nesta moldura que surge a premissa de que, a partir do novo posicionamento da comunicação e da informação no desenvolvimento social,

¹ Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – UNISINOS – 90520-620 – Porto Alegre - RS - Brasil.

desde os anos 80 do século XX foi gerada e realizada uma revolução, integralmente nos países centrais e ainda em curso nos mais atrasados, como o Brasil. Essa construção disseminou-se paulatinamente, chegou ao senso comum e consensualmente passou a ser utilizada de forma quase que generalizada, circulando como verdade. Mais indiscriminada é ainda a noção decorrente de que a referida revolução gerou uma sociedade da informação, idéia que tem sido apropriada acriticamente e incorporou-se aos discursos não só declaradamente conservadores. Nas palavras de Prado & Franquet (1998, p. 16), “as transformações registradas [...] no terreno das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), nas duas últimas décadas do século XX, foram penetrando o consciente coletivo com a idéia de fundo que nos encontramos ante” um novo modelo de revolução, cujo cume será o erguimento de um mundo novo. Sustentando essa concepção, subjaz um entendimento de que a tecnologia funciona descolada da sociedade e, por conseqüência, do eixo histórico de acumulação econômica no qual se insere.

O propalado consiste na idéia que em países como Estados Unidos, Japão, Alemanha e Grã-Bretanha a revolução já foi completada, estando em vigor pleno a sociedade da informação. Esta concepção tem origem nas formulações de Daniel Bell (1989), o primeiro a explicar e definir as sociedades atuais como pós-industriais, distinguindo três períodos históricos, marcados pela estruturação de suas economias em esquemas produtivos sensivelmente distintos: o primeiro, entre 1500 e 1750, pré-industrial; o segundo, que vai de 1750 a 1950, industrial; e o terceiro, de 1950 até os dias de hoje, pós-industrial, quando se observa uma terceirização da economia, em detrimento do tradicional secundário, processo acelerado e amplificado pela informatização do entorno social. Os defensores da sociedade da informação argumentam que o conjunto da vida social assumiu as tecnologias da informação em seu funcionamento, reproduzindo globalmente que emergiu um novo tempo, diante da inovação tecnológica, mas a técnica participou fundamentalmente também na definição inicial da sociedade industrial.

Sustenta-se a ideologia da sociedade da informação em um juízo que eleva a tecnologia a uma circunstância investida de ultravalorização, na dimensão social. João Pissarra Esteves (1998, p. 173-4) identifica na concepção de sociedade da informação “um objetivismo e uma lógica positivista que conferem à tecnologia um estatuto de valor supremo – uma forma de reificação da tecnologia”, apresentando as mudanças nos domínios da eletrônica e das telecomunicações “em termos tautológicos”. A regra é que os dispositivos e a cultura resultantes das mídias-tecnologias expressões do capitalismo globalizado

não impliquem rompimento quanto às práticas de consumo, apesar das visões ufanistas em contrário. A própria questão do aumento de profissões não-produtivas, não raro exposta como um índice da dita revolução, explica-se ante o processo de realização da mercadoria e as macro-necessidades de funcionamento do capitalismo. A inovação tecnológica permite a plena realização do movimento globalizador, fornecendo parte de suas condições, ainda que tal deslocamento não seja novo, relacionando-se com a trajetória histórica do capitalismo.

Becerra (1998, p. 36) explica que a sociedade da informação trata de um novo modo de desenvolvimento produtivo, o informacional, no qual a fonte de produtividade (a estratégia de extensão do capital) se assenta na inovação tecnológica, vinculada à centralidade do processamento de dados, assim como na crescente desigualdade na distribuição dos benefícios. A questão, todavia, é que o crescimento do fluxo informacional e de suas tecnologias viabilizadoras desenvolvem-se e são abrigados no ritmo industrial. O principal problema em admitir-se o advento da sociedade da informação é aceitar-se que se trata de uma mudança definitiva, em rumo oposto ao atual. No alerta de Mattelart (1994, p. 143; 145), o deslizamento condutor da comunicação a uma definição com objetivos totalizantes substitui a “ideologia do progresso” pela “ideologia da comunicação”, tarefa realizada por “vulgarizadores técnicos” e “ideólogos-escretores”, que fazem da “‘revolução tecnológica’ um novo cavalo de batalha na luta contra tudo que mexe à sua esquerda”; e põem “no campo dos simpatizantes do autoritarismo” os que estão em desacordo “com esse novo mito redentor”.

De acordo com Bernard Miège (1999, p. 26), “hoje como ontem” é impensável a existência de uma sociedade da informação, pois uma coisa é revelar mudanças significativas e identificar a emergência de novos “paradigmas”, outra “é concluir pela passagem de uma nova era” da humanidade, sendo a impressão de que o informacional afirmou sua supremacia enganosa, pois os elementos de continuidade com a sociedade industrial capitalista permanecem muito fortes, até onde a produção está em vias de automatização. Sendo efetivamente inegável a elevação da dupla comunicação e informação como elementos-chave da racionalidade produtiva capitalista contemporânea, tal configuração tem conduzido a uma séria interpenetração entre ambas, não a uma substituição das atividades industriais pelas informacionais. Por esse caminho, não é negada a importância das NTCI na contemporaneidade, mas questiona-se seu papel como agente autônomo e o raciocínio simplista que o fundamenta. Projetam-se e são projetadas as tecnologias comunicacionais –

simbolizadas emblematicamente em redes integradas por fibras óticas e satélites –, nas fronteiras de marcos notadamente econômico-políticos, posicionados culturalmente.

Quanto a este item, Castells (1999, p. 46) apresenta uma distinção especial, entre sociedades da informação e informacional: a primeira indica o papel da informação na sociedade, mas num sentido expandido, como comunicação de conhecimentos, decisivo a toda história da humanidade, até na Europa medieval, “que era culturalmente estruturada e, até certo ponto, unificada pelo escolasticismo”; já o segundo corresponde a um período histórico específico, “em que a geração, o processamento e a transmissão tornam-se uma das fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas” nessa formação social. O termo sociedade da informação, situado ante a centralidade contemporânea do fenômeno comunicacional, não poderia ser aplicado sem ressalvas, que enfatizassem a não-superação do modelo industrial e reforçassem sua inserção num sistema de produção capitalista. O debate sobre a terminologia verdadeiramente adequada e seu uso ultrapassa a preocupação semântica, merecendo acolhimento porque a idéia de sociedade da informação esconde um juízo de valor, de apreciação positiva, que vai além da constatação notória que a informação ocupa um novo lugar nas sociedades capitalistas.

Trânsito informativo

Os mecanismos de mediação comunicacional, cultural e informacional são os veículos por excelência de apresentação e divulgação do viver capitalista. Por eles, em conexão com os processos contemporâneos que redefinem o capitalismo, o cidadão é descolado dos espaços de origem e aproximado da realidade mundializada. Para Castells (1999, p. 31, 36), o processo de reestruturação capitalista foi e é “o valor histórico mais decisivo para a aceleração, encaminhamento e formação do paradigma da tecnologia da informação e para a indução de suas” atuais formas, representando o Estado um crucial fator nesse quadro, interrompendo, promovendo ou liderando a inovação tecnológica, na medida em que organiza “as forças sociais dominantes em um espaço e uma época determinados”. Apesar dos traços inovadores acoplados aos modernos sistemas econômicos, não se identifica uma revolução efetiva. Há é uma mudança promovida no âmbito do capitalismo, cujos atores têm revelado inegável capacidade de adaptação, relacionada ainda com a apropriação do todo tecnológico, mesmo aquela que porventura possa representar um desvio do modelo hegemônico.

Com a assunção crescente de um maior número de empresas ao mercado mundial, é impulsionado o desenvolvimento global de inovações tecnológicas, refletindo objetivos de comunicação e circulação do capital, o que viabiliza a multiplicação de processos decisórios à distância, envolvendo da concepção inicial ao lançamento de projetos. Há, então, um trânsito informativo que é colado dinamicamente às corporações, um caminho para a redução dos custos de transação, ampliação da oferta e aumento do retorno do consumidor aos produtores, o que, por sua vez, estimula o crescimento da quantidade de produtos disponibilizados. Apoiados na regulamentação dos direitos de propriedade, os agentes investem mais acentuadamente na inovação, certos de sua apropriação privada e de todas as conseqüências decorrentes dessa condição. Diante disso, evidencia-se o caráter de bem privado dos recursos informativos e seus fluxos, embutidos endógena e estrategicamente nas células econômicas, gerando disputas entre os participantes do mercado e inacessibilidade a grande parte das populações.

Num profundo relatório, Othon Jambeiro (1997) resume o fenômeno comunicacional perante as tendências contemporâneas da sociedade:

Privatização, conglomeração e transnacionalização do negócio das comunicações tornaram-se tendências aparentemente incontroláveis. Em conseqüência, a economia política dos meios de comunicação passou a sofrer dramáticas mudanças, particularmente com relação à composição do capital e controle das empresas do setor. [...] Entre aquelas transformações estavam a quebra dos monopólios estatais na indústria das telecomunicações e a convergência crescente entre a eletrônica e as telecomunicações, unificadas sob o conceito de novas tecnologias de comunicação e informação. Em seguida, como conseqüência lógica, do ponto de vista da expansão internacional do capitalismo, o setor das comunicações começou a ser envolvido no processo geral de conglomeração e internacionalização das empresas, e globalização dos mercados.

As mudanças nas técnicas, assim, representam uma evolução do capitalismo, que, ao entrar em crise, reestrutura-se. São uma evolução natural do capitalismo, uma saída em busca de viabilização do sistema ante as sérias dificuldades aparecidas no final do século XX, da mesma forma que o Estado do Bem Estar Social, de inspiração *keynesiana*, anteriormente também representou uma solução para outra crise capitalista, provocada pela *débâcle* de 1929, como atesta Hobsbawn (1995). Não se conforma, nem no plano cultural-comunicacional, um corte definitivo na trajetória humana, pois isso equivaleria a uma generalização apressada – descolada das carências do crescente mundo pobre – das alterações na realidade tecnológica, da fixação do multiculturalismo

ou de fragmentações vinculadas às várias multiplicidades sócio-históricas. Todavia, por realmente a comunicação-informação assumir um caráter de imanência neste mundo contemporâneo, tanto no que se refere aos objetos, quanto no marco da sociabilidade (visualizando-se nas formas econômica, política e cultural), as teorias que encaram os fenômenos comunicacionais têm uma tarefa fundamental na explicação das trocas e imagens que se apresentam no cotidiano de todos.

Os motivos principais que propiciam às novas tecnologias informativas modificar as formas de produção, gestão e comercialização na generalidade dos setores e introduzir atividades econômicas diferenciadas, conforme Juan Luis Millán Pereira (1993, p. 8-9), são a crescente dependência da informação, por parte dos diversos agentes intervenientes na economia; a definição de um adequado marco jurídico, consubstanciado nos direitos de propriedade, que garantiu a superação da condição de bem público; e a “aquisição do valor de troca, e não só de uso, por parte dos conteúdos informativos, ao possibilitar-se sua difusão massiva e/ou direcionada”. A função dessas novas tecnologias corresponde às necessidades atuais do capital social, que passa a atuar em áreas até então reservadas ao Estado, ao mesmo tempo em que são a principal difusora da cultura global, ordenadora de novas sociabilidades e estimuladoras do próprio movimento de reordenação do capitalismo. Por vias comunicacionais, cada vez mais o cidadão é mapeado e monitorado, através de avançadas aplicações, que, com capacidades distintas, criam transferências informacionais rápidas e amplas.

A convergência das comunicações surge nesse cenário, como busca de maximização de lucros, oferecendo redes transportadoras de informações com altíssimas velocidades de processamento. Repousa a convergência, expõe Becerra (2000, p. 95), na “homogeneização dos suportes, produtos, lógicas de emissão e consumo das indústrias info-comunicacionais” (telecomunicações, informática e audiovisual), incluída a mídia impressa, o que permite às plataformas suporem a viabilidade de imbricarem tecnologias, culturas e tradições de trato e distribuição de informação. Os impactos da convergência refletem-se na economia, na política e na cultura, originando possibilidades de manuseios singulares da forma e do conteúdo inovativo, pelo receptor, que muda sua relação com o objeto, empresas fornecedoras e demais usuários, atingindo a totalidade. Para chegar-se à plena convergência, devem ser ultrapassadas as divergências (pontuais ou não), atravessando aspectos tecnológicos, organizacionais, regulamentares e de acolhida pelos utentes. Sem isso ter sido já alcançado, a convergência encontra-se em um estágio prematuro, distinguin-

do-se com significância sistemas distributivos e sua organização industrial, argumentam Parsons e Frieder (1998, p. 117).

Nesse quadro, as posições quanto à tecnologia dividem-se, com supremacia daqueles que colocam os avanços tecnológicos como a fonte direta de uma sociedade evoluída. A percepção de que as tecnologias emergem como ruptura com determinações da inserção capitalista das redes desconsideram que, como signos mitificados da trajetória humana, elas não são objetos neutros. Ao contrário, trazem toda uma marcação, estando impregnadas das condições econômicas, políticas, culturais e sociais da sociedade, resumidas no consumismo, que termina integrando sua lógica. Contudo, os tecno-utópicos acreditam que as novas tecnologias info-comunicacionais permitem uma reestruturação múltipla, descentralizando, popularizando e democratizando o poder e seus efeitos. Este é o caso de Pierre Lévy (1999, p. 111), um entusiasta liberal das perspectivas tecnológicas, muitas vezes simplista em sua análise, como na passagem na qual afirma que “quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna universal”. Deve ser precisada a universalidade referida, se é caracterizada quanto ao acesso, disponibilização de conteúdos (muito distante) ou recursos para legar atratividade e obter alta acessibilidade (esta mais afastada ainda).

Em simultâneo, historicamente manifestam-se reações negativas frente à tecnologia, geralmente em número inferior às posições de defesa. Um marco reativo é o movimento ludista, transcorrido no início do século XIX, na Inglaterra, quando operários desencadearam destruições de máquinas, numa percepção de que elas contribuiriam para o estabelecimento de relações sociais mais duras, em troca de um maior acúmulo de riquezas para seus proprietários.² Mas a idéia de que aqueles que hoje não vêem a tecnologia como provocadora de desenvolvimento distributivista, por si, são novos luddistas, ou neo-luddistas carece de fundamento, já que a realidade atual é outra, o papel social de seus questionadores também é diferente e o tom do contraditório igualmente não é o mesmo. Não se trata agora de contraponto à tecnologia, mas de matização de seus efeitos e defesa de uma regulamentação eficaz, que contribua para a solução de questões emergentes quanto à técnica, como acesso aos dispositivos e formas de socialização de resultados.

² Iniciado em Nottingham, em 1811, e disseminado entre Yorkshire e Lancashire, até 1816, quando entrou em declínio, o movimento Luddites deve sua denominação a seu líder, Ned Ludd. A idéia de que atualmente os que se contrapõem à visão de autonomia da tecnologia são neo-luddistas advém de uma rápida conexão entre os dois grupos e tempos históricos.

Formatação

Para demarcar-se o terreno é indispensável distinguir o conceito de inovação *schumpeteriana* do de invenção ou criação puras. Contrariamente à simples criação, a inovação *schumpeteriana* manifesta-se só nos casos em que a invenção consegue impor-se no interior do sistema econômico, fazendo nascer o que Schumpeter (1985, p. 62-3) denomina de processo de “destruição criadora”. Ao empresário *schumpeteriano* cabe a função econômica de realizar a transformação da criação em inovação, por meio de sua validação econômica no mercado. Conforme Schumpeter (1996, p. 59), o que interessa não é o conhecimento, “mas o sucesso da solução, que se traduz na tarefa *sui generis* de pôr em prática um método não experimentado”, podendo não haver, como ocorre freqüentemente, nenhuma novidade científica aplicada, o que não faz diferença à natureza do processo, até porque nunca “o *stock* de conhecimentos científicos deu todos frutos que podia dar no sentido da sua aplicação ao desenvolvimento industrial”. O traço característico da inovação é sua repercussão nos negócios, distintamente da experimentação e da invenção. Acima de tudo, envolve uma alteração histórica no desenvolvimento e disponibilização de produtos, gerando novos consumos, aprimorando ou contrariando uma tradição anterior.

É na articulação da tecnologia com as forças econômicas, o Estado e os usuários que se dará sua configuração, atualizando seu potencial em inovação, o que em geral ocorre em consonância com a forma predominante de organização social, atendendo a preceitos industriais e a processos globalmente imitativos. Se a sociedade rege-se pelas leis do capitalismo, é pouco provável que a utilização principal da tecnologia, comunicacional ou não, seja em outro rumo; a tendência é o controle da inovação por empresas privadas, que implementarão ações para atrair clientes. A questão da tecnologia e sua vinculação econômico-social deve ser pensada levando-se em conta não unicamente o financiamento, a concepção e o desenvolvimento da pesquisa que conduz à inovação, mas a regulação e sua apropriação pelo contexto, que em regra direciona a um aproveitamento em conformidade com a racionalidade empresarial. O uso comercial dessas mercadorias ganha uma função prioritária, primordial a ser perseguido, sendo a informática, suas aplicações e seus usuários fetichizados, seguindo a regra capitalista.

Os moldes inicialmente projetados para uma invenção nem sempre são aqueles nos quais a inovação é implantada ou assumida de forma definitiva. Mostra Manuel Lopes da Silva (1971, p. 85) que, desde a década de 70, exis-

tem estudos de sistemas de TV estereoscópica (em relevo), baseada “na transmissão simultânea de duas imagens capazes de separação ótica, por exemplo, por meio de prismas, ou de duas imagens de cores complementares, separáveis por meio de filtros”, permitindo “duas imagens com informação diferente do mesmo objeto, uma para cada olho”. Sua não industrialização até hoje comprova como, para a difusão tecnológica, não basta a investigação científica, ingressando outros fatores na trajetória entre a proposta e o uso. A inovação desenvolve-se também a partir de novas utilizações para um mesmo bem ou o direcionamento para uma determinada potencialidade não explorada do produto, num movimento em que o uso feito pelos consumidores dispõe de essencial capacidade. Sendo que, a partir da interação utente e tecnologia, se pode avançar e inovar, cresce o papel dos departamentos de atendimento ao consumidor e das pesquisas de mercado.

Já Patrice Flichy (1994, p. 176-83) coloca como, em 10 anos, a telegrafia sem fios, cuja única utilização prevista era a telecomunicação ponto a ponto, transformou-se em um sistema radiodifusor, com a superação de seu aproveitamento inicial por alguns países combatentes na Primeira Guerra Mundial, principalmente por ter havido um movimento social no sentido dessa passagem, incluindo radioamadores, de forma que a produção e comercialização industrial de aparelhos, bem como a posterior definição sobre o financiamento dos programas, consagrou a mudança fundamental do uso social do rádio, e a incorporação de seu papel de vetor de comunicação marítima em uma função mais global, de meio comunicativo de massa. Nessa viragem do rádio, que parte de uma simples extensão do telégrafo adaptada a condições especiais, como transmissões no mar, para um modelo massificador, fica escrita a importância do contato da tecnologia com todos os agentes econômicos diretamente intervenientes, como molde capaz de formatá-la conforme suas potencialidades e as necessidades de mercado.

Não há uma definição prévia do desenvolvimento aplicativo de um potencial tecnológico, nos moldes de um catálogo de instruções; ele pode ser atualizado em uma multiplicidade de usos, de instituições e “de aparelhos utilizáveis em escala de massa”, condicionando “sua própria história peculiar” tendo em vista fatores como “o estado da economia, os hábitos de consumo, as condições políticas e a habilidade dos empreendedores”, analisam Iopollo & Pilati (1999, p. 7). Isso é a regra do desenvolvimento, como atesta o próprio telefone, que, anteriormente ao modo ponto a ponto assimilado globalmente, foi testado várias vezes como um mecanismo transmissor multiponto. Mesmo quando criada não exclusivamente por motivação econômica, a técnica tende a

ser incorporada nesta direção. Espalhando-se indistintamente, as construções tecnológicas colam-se no tempo de reprodução, participando dos desafios individuais e coletivos diários, concomitantemente à transmissão de muito de sua lógica ao contexto no qual se desenvolveram. Na sociedade globalizada, as novas tecnologias – com forte base comunicacional – são absorvidas como mercadorias.

Simbolizando a conformatação comunicacional industrial, fortalecida no século XXI, os sítios e portais na Internet progressivamente desenvolvem estratégias para captar a atenção do público com objetivos acentuadamente comerciais, sepultando as metas coletivistas da rede mundial. Assim, inserem-se no mesmo processo da indústria cultural tradicional, que implementa movimentos para gratificar os clientes e assim fidelizá-los. John Dimmick (1993, p. 140) acentua que as “indústrias de comunicação competem e sobrevivem na base de sua habilidade de fornecer gratificações e do que nós chamamos oportunidades de gratificação (*gratification opportunities*)”, conceito relativo às escolhas, conveniência e flexibilidade no uso da mídia. Para isso, a estética tradicional, que contesta sem confrontar, normatizando e disciplinando como os agentes devem comportar-se para sua publicização, ou seja, para que o mundo passe a saber de sua existência e suas manifestações possam produzir algum sentido, acaba permeando as redes, mesmo naqueles espaços que pretendem novos olhares, trazendo os mesmos vícios inerentes à sociedade capitalista, até porque a integram.

São roteiros históricos que norteiam a criação dos caminhos da tecnologia, ou seja, não se tratam de processos inevitáveis. Por isso, o que sob o capitalismo é assumido como duto de rentabilização, eventualmente pode ser empregado num sentido mais pluralista. Nessa linha, Mosco & Herman (1981, p. 888) lembram que a mesma convergência do processamento de dados e telecomunicações, que no regime capitalista tem o destino primeiro de centralizar o conhecimento, foi utilizada democraticamente para viabilizar a distribuição regular de material informativo nos processos micro e macroeconômicos, entre 1970 e 1973, pelo Governo de Unidade Popular do Chile, de Salvador Allende, o qual instituiu um sistema complexo de comunicações, que organizava e armazenava dados relativos ao desempenho da economia de todo o país em um computador central, que produzia quadros sintéticos colocados à disposição dos trabalhadores em seus lugares de trabalho, para amparar “decisões autônomas nas suas áreas de interesse”. Deve-se refletir o que representam de mudança para manifestações populares as novas possibilidades que são abertas e, na maioria das vezes, escondidas, ante o rumo em que a tecnologia vem sendo absorvida no contexto social.

Redes

Na dinâmica de consubstanciação da invenção em inovação, por intermédio de sua absorção no mercado e uso pela sociedade, resta pouco espaço para usos não-capitalistas. De forma muito evidente, nos mais diversos países tecnologia, indústria e quadro econômico total se interligam presentemente, diante da profusão de inovações que surgem, em regra ligadas ao avanço da microeletrônica. Assim é que o progresso econômico relaciona-se diretamente com a inovação e suas repercussões, as quais apresentam progressivamente uma maior velocidade de sedimentação no tecido social, a partir de definições que partem da tecnologia e das formas de fazer as coisas, passando pelo Estado e chegando ao consumo. Defender o contrário seria cair no entendimento errôneo de que, independentemente do capitalismo, as novas tecnologias de comunicação são só parte da evolução-expansão do homem. As sociedades primitivas não chegaram à complexidade atual por geração espontânea, nem a expansão dos signos e símbolos é resultado de relações mágicas. São as relações sociais, historicamente desiguais, por sua base econômica, que criam o contexto indispensável para isso.

As mudanças contemporâneas não contradizem as regras básicas de acumulação capitalista. Sendo assim, a destinação das tecnologias comunicacionais não tem acontecido, majoritariamente, para a construção de projetos alternativos, mas para a oferta de uma maior quantidade de bens simbólicos em conformidade com as regras industriais. Expõe Castells (2000, p. 39) que “as novas tecnologias da informação estão conectando o mundo em redes globais de integralidade”, por meio da comunicação mediada por computadores, sendo estabelecida uma enorme gama de comunidades virtuais. Mas as comunidades virtuais geradas com o auxílio tecnológico não se restringem a projetos avançados; ao contrário, a maioria delas interliga interesses corporativos, diretamente ou sob a égide do patrocínio e sua influência. Não se descartando a possibilidade de sua subversão, trazendo para a experiência do mundo do real dos excluídos a viabilidade de novos usos sociais, os dispositivos técnicos acompanham um quadro no qual a tônica é o aproveitamento da cultura para produções e distribuições comerciais.

Uma verdade incontestável é que o barateamento das formas de produção e o surgimento de novas vias de distribuição, como a Internet e os canais de acesso público institucionalizados na Lei do Cabo, contribuem para que manifestações de origem popular encontrem um novo espaço de exibição e discussão, enfim, de interação. A questão é que esses produtos desenvolvidos fora do

contexto comercial ainda são inexpressivos em termos de representatividade. Desses, poucos efetivamente desafiam o capitalismo e não reproduzem o seu modelo, resgatando acriticamente suas técnicas industriais de realização e comercialização. O processo de inovação tecnológica tende a marcar rupturas, ainda que parciais, com os modos de fazer precedentes, de forma que se conectam com o desenvolvimento de novas estéticas, podendo ser absorvidos de forma criativa, subvertendo o que está posto e, até, criando novos paralelos com propostas não-homogêneas. No entanto, tais rupturas tendem a ser periféricas ou mercadologicamente incorporadas, já que em médio prazo o capitalismo estabelece regulações favorecedoras do dinamismo concorrencial entre os capitais individuais.

Dependendo da forma como a tecnologia é incorporada, determinados avanços são possíveis, ressaltando-se que, como se tem acentuado, não é a inovação em si, nem as indústrias da cultura ou suas mensagens, que, por si próprias, produzem mudanças. Os avanços que venham a se utilizar da mídia devem fazê-lo apesar das suas contradições e não porque haja uma condição natural dos meios massivos nesse sentido. No máximo, pode haver um aumento quantitativo dos capitais em disputa, o que assim mesmo deve ser relativizado, num momento em que a concentração das corporações midiáticas é um dado crescente. As mudanças resumem-se a novos agentes atuando em fases intermediárias, sabendo-se que, nos momentos decisivos da cadeia econômica, as fusões entre grupos multimídia desvelam como a liberdade de informação é mais um mito, refortalecido pela globalização. Além disso, a incorporação de pequenas companhias ao processo dá-se num movimento de subordinação, seguindo pautas de produção – e de padrões tecno-estéticos a serem seguidos –, o que praticamente elimina expectativas de diversidade, como, aliás, atesta a multiplicidade de canais por assinatura.

O hipertexto e toda a linguagem da Internet não criam um modelo único. São os vários enfoques de produção e distribuição comunicacional que se apropriam do novo meio, com suas potencialidades, atualizando-o em projetos industriais ou de cunho marcadamente social. A interatividade dessa rede pode ser disponibilizada como se identifica em tantos sítios de antigas e novas indústrias do entretenimento, que ofertam ao seu consumidor caminhos que não contrariam a lógica sobre a qual sempre funcionaram. Está próxima do unimaginável a compreensão de que a reorganização embutida na incorporação da cultura digital não seria apropriada (a médio prazo, quando a tecnologia pudesse ser identificada como rentável, num futuro não muito distante) majoritariamente como foi, na direção pretendida pelas elites econômicas, embora

muitos – estranha e ingenuamente – pensem o contrário, até hoje. Os megaportais dão o tom dos caminhos da comunicação do passado (a partir do século XIX) ao fenômeno comunicacional de hoje, na sociedade capitalista, ainda que subsistam muitos pequenos sítios, que atuam com um poder de fogo infinitamente superior, prejudicando sua recepção.

Considerações finais

Símbolos do capitalismo contemporâneo, as tecnologias de comunicação e informação revelam-se hoje, mais do que nunca, domesticadas, utilizadas em grande medida pelas tradicionais indústrias da cultura para disseminação e circulação de suas mensagens. Fica, assim, bem claro que representam a continuidade e estão perfeitamente coadunadas com os condicionamentos econômico-político-culturais em que estão inseridas e nas quais foram concebidas e moldadas. Presentes globalmente em quase todos os negócios e assumindo posições crescentes junto aos consumidores, dispõem de um potencial emancipatório secundário, posicionando-se em primeiro lugar propósitos de produção e fruição pelas normas capitalistas. Os dispositivos tecnológicos podem colaborar com propostas solidárias, mas para tal será preciso subvertê-los, já que a regra é um modelo voltado prioritariamente para a reprodução do sistema, apesar de existirem brechas em meio à globalização. Isso implica uma rejeição das proposições de que, ante os elementos comunicacionais e informacionais, processa-se uma revolução, origem de uma nova sociedade, a da informação.

Não há uma alteração positiva de patamar social, seja analisando-se a partir de mudanças tecnológicas, de organização do trabalho, de distribuição da riqueza ou qualquer outro indicativo. Esse incremento da faceta mais individualista e cruel do capitalismo, como a que se identifica na desproteção ao trabalho, se facilita a acumulação, compromete a adesão ao sistema e mesmo sua reprodutibilidade. Tal realidade permite projetar a probabilidade (ante a necessidade) de, a médio prazo, ocorrer a retomada de algumas tradicionais tarefas estatais, retornando a protecionismos anteriores aos movimentos regulamentadores atuais e a revalorizações de projetos coletivistas, que superem subjetividades e individualismos, independentemente da tecnologia. O espaço para o exercício humano permanece aberto, com as tecnologias, mas não devido a elas, como defendem os entusiastas da técnica (cuja matriz liberal é nítida). Não se pode extrair da tecnologia a qualidade das mudanças, como se a simples descentralização e interatividade própria da rede mundial

de computadores favorecesse e estimulasse a disseminação da democracia e seus conceitos.

Referências

BECERRA, M. De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso incluso. **Zer: Revista de Estudios de Comunicación**, Bilbao, n.8,p.93-112, mayo, 2000.

_____. La vía europea hacia la sociedad de la información. **Revista da Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.12,n.1,p.35-56, 1998.

BELL, D. **El advenimiento de la sociedad post-industrial**. Madrid: Alianza, 1989.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.

_____. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DIMMICK, J. Ecology, economics, and gratification utilities. In: ALEXANDER, A. ; OWERS, J. ; CARVETH, R. **Media economics: theory and practice**. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1993. p.135-56.

ESTEVES, J. P. **A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas**. Lisboa: Fundação Caloust Gulbenkian, 1998.

FLICHY, P. **Storia della comunicazione moderna: sfera pubblica e dimensione privata**. Bologna: Baskerville, 1994.

GARNHAM, N. **Capitalism and communication**. London: Sage, 1990.

HOBSBAWN, E. **Era dos extremos: o breve século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IOPOLLO, D. ; PILATI, A. **Il supermercato delle immagini: scenari della televisione europea nell'epoca digitale**. Milano: Sperling & Kupfer, 1999.

JAMBEIRO, O. et al. **O Mercosul e a regulamentação da TV na Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai**. Salvador: UFBA; CNPq, 1997.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

MATTELART, A. **Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MIÈGE, B. **A multidimensionalidade da comunicação**. In: BOLAÑO, C. (Org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: Educ, 1999. p.13-28.

MOSCO, V. ; HERMAN, A. Critical theory and electronic media. **Theory and Society**, Amsterdam, v.6,n.10, p.869-96, 1981.

PARSONS, P. R. ; FRIEDER, R. M. Distribution, competition and convergence: the waltz of the elephants. In: _____. **The cable and satellite television industries**. Boston: Aly and Bacon, 1998.p.115-56.

PEREIRA, J. L. M. **La economía de la información: análisis teóricas**. Madrid: Trotta, 1993.

PRADO, E. ; FRANQUET, R. Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución. **Zer: Revista de Estudios de Comunicación**, Bilbao, n.4.p.15-40, mayo, 1998.

SCHUMPETER, J. **A teoria do desenvolvimento econômico**. 2.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SCHUMPETER, J. A instabilidade do capitalismo. In: _____. **Ensaio: empresários, inovação, ciclos de negócio e evolução do capitalismo**. Oeiras: Celta, 1996. p.42-66.

SILVA, M. J. L. da. História técnica da TV. In: SILVA, M. J. L. da. ; TEVES, V. H. **Vamos falar de televisão**. Lisboa: Verbo, 1971. p. 7-90.

— ** —

RESUMO: A relação das novas tecnologias de comunicação e informação (NTCI) com a configuração capitalista contemporânea é o foco do artigo, que defende serem as primeiras expressões da segunda. Assim, contrapõem-se à idéia de sociedade da informação, que acabou transformando-se numa ideologia, na medida em que sustenta todo um projeto que reveste a tecnologia de dinâmica própria. Ao raciocinar-se que a trajetória percorrida pela invenção até tornar-se inovação passa por sua incorporação pelo mercado, assume-se que os novos equipamentos comunicacionais representam continuidade com as condições capitalistas anteriores, ainda que periféricamente possam se desviados com propósitos sócio-coletivistas.

PALAVRAS-CHAVE: Novas tecnologias de comunicação e informação; economia política da comunicação; comunicação e capitalismo; mídia e cultura; políticas de comunicação; teoria da comunicação.

ABSTRACT: The focus of this paper is the relation between the new technological communication and information (NTCI) and the contemporary capitalistic configuration and it defends the idea of na information society, which ended up in na ideology as far as it sustains a projet that gives tecnologia its own dynamics. Seeing that invention only becomes innovation when the market accepts it, we can assume that the new communication equipments represent the continuity of the previous capitalistic conditions, even though they can be driven to a new direction with collective and social purposes.

KEYWORDS: New communication and information technology; communication politics of economy; communication and capitalism; mass media and culture; communication policies; theory of communication.