

Resenha**Mutações da cultura midiática**

(SANTOS, Roberto Elísio dos. VARGAS, Herom. CARDOSO, João Batista F.  
São Paulo: Paulinas, 2009, 232p.)

Elton Bruno Barbosa PINHEIRO<sup>1</sup>

A leitura da obra coletiva organizada pelos pesquisadores Roberto Elísio dos Santos, Herom Vargas e João Batista Freitas Cardoso, intitulada *Mutações da cultura midiática* (2009), leva o sujeito a refletir analiticamente sobre os diálogos e deslocamentos que se entrecruzam nos estudos sobre as inovações ocorridas no universo das mídias e da sua cultura, sobretudo com a aproximação das mesmas com a tecnologia digital: este é o foco dos nove artigos inseridos em tal coletânea de reflexões acadêmicas.

Contudo, a análise de tais estudos não reifica o sujeito na ideia de que as novas mídias excluem os antigos meios. Pelo contrário, como assinala Lúcia Santaella no prefácio intitulado *Na encruzilhada das mídias*, a “simultaneidade, coexistência, intercâmbios e misturas inextricáveis... constituem-se em chaves para a compreensão da hipercomplexidade cultural e comunicacional das sociedades contemporâneas” (p.7).

As mídias têm sim, sofrido mutações, porém estas não asfixiam as lógicas culturais e comunicacionais preexistentes. Desta forma, o livro *Mutações da Cultura Midiática* aborda reflexões sobre as consequências dessas inovações no conteúdo de produtos midiáticos, ou em sua linguagem, ou ainda em sua relação com o receptor.

O primeiro capítulo foi escrito pelos organizadores da obra coletiva, ambos professores da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, e trás como título *Inovações na linguagem e na cultura midiática*. A reflexão analítica do mesmo nos leva a considerar que tais inovações são ao mesmo tempo consequência e causa direta do aprimoramento do processo de comunicação.

Nesse sentido, para os autores, os estudos midiáticos devem ser realizados tendo em vista as suas “conexões culturais, discursivas, simbólicas, filosóficas e teóricas, nas quais a inovação se faz presente” (p.12). Vale ressaltar a colaboração dos três

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB).

articulistas no procedimento de identificação de outros processos que colaboram para a inovação na linguagem e na cultura midiática: “a globalização da comunicação, a segmentação da produção e do consumo de bens simbólicos e a hibridização cultural” (p.20).

A grande cooperação desse capítulo é, portanto, apontar que apesar do processo de digitalização dar margem a convergência das mídias e, conseqüentemente, ao sincretismo das linguagens, “há um substrato cultural que não pode ser desmerecido e que muitos estudos não levam em consideração” (p.24). As reflexões do sociólogo francês Maffesoli sobre as “tribos urbanas” e da pesquisadora Lúcia Santaella sobre “as relações homem e máquina”, compõem o estudo e dão relevo ao artigo.

Em *Cenografia virtual: o cenário atual e o cenário possível*, segundo capítulo do livro, o autor João Batista de Freitas Cardoso, doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, faz análises precisas a respeito da linguagem e das inovações ocasionadas na cenografia televisiva pelos recursos da informática. Partindo dos estudos de Posner (1997) e Lótmán (1978), Cardoso discute se essa inovação cenográfica na TV está se dando devido à atualização do próprio sistema televisivo ou se os recursos de informática estão instaurando uma nova forma de representação do espaço a partir da cenografia televisiva.

Consideramos uma contribuição importante de Cardoso a reflexão de que os cenários televisivos virtuais “devem cuidar de não perder o que existe de mais importante na linguagem cenográfica: colocar-se no espaço como elemento significante” (p.59), que dialogue cada vez mais com outros elementos (apresentador, ator etc.) para a transmissão de mensagens.

No terceiro capítulo, *A revanche do cinema de animação: o imaginário concretizado ou a desnecessidade de sonhar*, Marcello Giovanni Tassara, publicitário, mestre e doutor em Artes, enfatiza o estudo da animação, arte que antecedeu o próprio cinema. Os estudos do pesquisador e professor da Universidade Federal da Paraíba, Alberto Lucena Jr., foram um dos que embasaram Tassara no desenvolvimento de sua pesquisa sobre a animação, em relação à história dessa mídia.

No entanto, a grande questão do capítulo é o fato da animação, que durante o século XX foi sufocada pelo cinema, estar transformando essa realidade, mediante a entrada em cena das tecnologias digitais. Na atualidade são raros os casos dos filmes

que não admitem a intervenção da computação gráfica. A utilização crescente da animação digital é, portanto, o fenômeno comunicacional identificado com propriedade por Tassara.

Escrito pelos pesquisadores Simone Pereira de Sá, doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, e Luiz Adolfo de Andrade, mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, o capítulo 4 *Entretenimento e cibercultura: o que os mundos virtuais Second Life e Stars Wars Galaxies nos ensinam sobre a primeira vida?* aborda criticamente a importância dos jogos eletrônicos para a cultura contemporânea.

O artigo tem como premissa a reflexão analítica do universo dos games, os quais, segundo os autores, ao mesmo tempo em que movimentam a economia digital, “representam um vertente complexa da cultura do entretenimento na contemporaneidade, uma vez que expressam, traduzem e nos ensinam a lidar com algumas das tendências da economia e da cultura informacional” (p.14).

É relevante o foco de Sá e de Andrade na busca pela compreensão da experiência ofertada pelos jogos *Second Life* e *Stars Wars Galaxies*, que simulam a vida virtual cotidiana e a interação com outros avatares.

No capítulo 5 *História em Quadrinhos e mídia digital: linguagem, hibridização e novas possibilidades estéticas e mercadológicas*, o autor Roberto Elísio dos Santos, pós-doutorado em Comunicação pela ECA-SP, destaca o debate sobre o uso das tecnologias digitais para superação da crise do mercado editorial de histórias em quadrinhos.

É interessante observar que tal debate é travado por Santos a partir do pensamento antagônico de outros dois autores: Scott McCloud (otimista em relação quadrinhos na rede) e Roger Sabin (que critica a diferença de linguagem entre os suportes impresso e digital).

Esse aspecto proeminente: a análise da integração entre histórias em quadrinhos e as mídias digitais, constitui o fenômeno nomeado por Santos como *webcomics* ou *HQtrônicas*. No entanto, podemos verificar que ainda há restrições sobre esse novo produto midiático, sobretudo, em relação às suas características, limitações e possibilidades.

André Barbosa Filho, radialista e doutor em Ciências da Comunicação pela USP, trás como tema no capítulo 6 da obra coletiva *As políticas públicas de comunicação para o rádio brasileiro: regulação, digitalização e integração*.

Nesse momento em que aguardamos a definição do padrão digital que será adotado para o rádio brasileiro (IBOC – americano; DRM – europeu; Padrão Misto – nacional), as reflexões de Barbosa Filho nos levam a refletir sobre os desafios presentes e futuros que se apresentam à realidade comunicacional radiofônica, a qual está transversalmente incluída na vida política, econômica e social do país.

Nesse sentido, destacamos seus debates em torno dos interesses políticos e empresarias em jogo nesse processo de implementação da tecnologia digital no sistema radiofônico brasileiro.

O autor Eduardo Vicente, doutor em Ciências da Comunicação pela USP, disserta no capítulo 7 sobre o tema: *Por onde anda a canção? Os impasses da indústria na era do MP3*. Temos nesse artigo um panorama atual e, especialmente, “as perspectivas futuras para a produção fonográfica no país” (p.143).

Tendo como base a análise do desenvolvimento histórico da indústria, o autor contribui em sua pesquisa com a discussão sobre os rumos do artista independente, ou seja, o fenômeno midiático aqui estudado é novo, e refere-se ao fato dos artistas individuais obterem vendas cada vez mais expressivas.

Vicente aborda também as possibilidades de atuação disponíveis para esses artistas no que se refere tanto às tecnologias digitais de produção quanto aos meios de divulgação on-line.

O capítulo 8 da obra, escrito por Herom Vargas, doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC, trás o título “*Essa é pra tocar no rádio*”: *redundância e experimentalismo na canção de sucesso*. O estudo se destaca por avaliar de maneira crítica os conceitos estabelecidos por Theodor Adorno em relação à canção como mercadoria, a partir de exemplos/fenômenos identificados em três décadas diferentes: 1980, com Titãs; 1990, com Chico Science & Nação Zumbi; e 2000, com Fernanda Porto.

Sobressai-se nesse artigo as reflexões sobre a experimentação e as mutações no conceito de “canção de sucesso”, bem como na linguagem e no uso de tecnologias para

composição e divulgação de músicas, além, é claro, da observação de Vargas para a repercussão dessas ações inovadoras na canção dentro do mercado midiático.

Yvana Fechine, doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC, escreveu o último capítulo da obra que trás como tema: *Guel Arraes e a renovação da linguagem na televisão brasileira*. A questão da criatividade e da criticidade são tidos pela autora como elementos-chaves e diferenciais na produção de conteúdos para serem veiculados na TV digital.

A análise crítica de Fechine a respeito do núcleo Guel Arraes, na TV Globo, trata de como a atuação desse grupo tem ocasionado mutações na cultura midiática televisiva (destaque para atrações como Brasil Legal, Programa Legal, Central da Periferia, Muvuca, Cena Aberta, Casseta e Planeta, Brava Gente, Cidade dos Homens, Retrato Falado, etc.) ao incorporar uma inovação estética aliada a compromissos éticos, na maior TV comercial do país.

Enfim, cada um dos nove capítulos da obra coletiva *Mutações da cultura midiática*, traz boa articulação textual, linguagem clara, objetiva e, sobretudo, informações inovadoras que demonstram como as mídias têm sofrido mutações diversas. O livro aborda justamente como as inovações em curso no final do século XX e início do século XXI alteram tantos os processos comunicativos, assim como provocam mudanças na sociedade, na economia e na cultura.

Registramos, no entanto, a ausência de, talvez, um “décimo artigo”, com sugestões relativas à nova práxis na produção de conteúdos para as mídias inseridas no processo de digitalização, destacando as perspectivas de como tais conteúdos e linguagens devem ser aprimorados a partir da valorização da criatividade, da variedade, da noção de polifonia e do diálogo com os saberes compartilhados e os diferentes aspectos da interatividade.

Todavia, a leitura da coletânea é de relevante valor científico e nos aponta que é preciso aprender a enxergar mais de perto as mutações ocorridas na cultura midiática, afinal, como articula Santaella, no prefácio que escreveu para a obra, “no universo das mídias e dos signos, a história não caminha em linhas retas, mas em múltiplas direções” (p.9).