

PARA UMA NOVA TEÓRIA DOS MEDIA, DO ESPAÇO PÚBLICO E DA OPINIÃO PÚBLICA¹

MOISÉS DE LEMOS MARTINS²

OS MEDIA E A MODERNIDADE

Tendo-se estabelecido entre nós como dispositivos tecnológicos de mediação simbólica da experiência humana, os *media* constituem uma expressão da modernidade. Por sua vez, o moderno é um regime do olhar que projeta na história um propósito emancipador. Este propósito é animado por uma esperança e, no caso dos *media*, por uma promessa de cidadania, uma promessa de liberdade, igualdade e comunicação, enfim, uma promessa de comunidade (Habermas, 1985/1990).

Todo o projeto de modernidade é servido, também, por uma moral do dever ser, que opera a realização das promessas formuladas. Nas sociedades democráticas contemporâneas, o propósito emancipador autorizado pelos *media* apoia-se, entretanto, numa «ética da discussão, ou da comunicação», para retornarmos a proposta de Jürgen Habermas (1987a) e Karl-Otto Apel (1994).

Jean-François Lyotard (1993: 92) dirá que só tem sentido falar de esperança, quando a um sujeito da história é prometida uma perfeição final ou, então, quando o próprio sujeito da história se promete a si mesmo essa perfeição. Ora, segundo Habermas (1987b), é a comunicação universal, entendida como um transcendental, aquilo que figura a perfeição final, que o sujeito da história se promete a si mesmo. E por comunicação universal entende-se, em termos habermasianos, a pretensão intersubjetivamente válida à verdade das proposições, assim como a pretensão intersubjetivamente válida à exatidão normativa dos atos de linguagem como atos de comunicação social, e também a pretensão à sinceridade das expressões de intenções subjetivas, que

¹ Este trabalho é apoiado pela FCT, no contexto do projeto plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (UIDB/00736/2020).

² Professor de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho e investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – CECS desta mesma universidade.

fazem apelo a um reconhecimento interpessoal e, ainda, a pretensão de significado, isto é, a pretensão à validade de sentido, intersubjetivamente idêntico.

Eu diria, todavia, que a comunicação universal é o mito das origens do projeto de emancipação histórica, proposto por Habermas. E, qual mito das origens, a configuração idealista da comunicação universal, em que consiste a validade intersubjetiva das proposições, estabelece a história sobre um passado imemorial, com a relação inteira e plena, sonhada no começo, a constituir-se como a promessa de um fim último. A configuração da comunicação universal participa deste imaginário moderno, um imaginário que vive no círculo hermenêutico de projetar a sua legitimidade para diante, fundando-a numa origem perdida.

O SENTIDO COMUNICACIONAL DO MUNDO DA VIDA

Ao colocar a questão das condições de possibilidade universais das práticas de comunicação, Habermas (1987b; 1996) configura um transcendental comunicacional, dando-lhes deste modo uma resposta idealista. No modo como entendo as coisas, a pragmática da comunicação como desafio transcendental coloca, todavia, a teoria social numa situação difícil, quando se trata de avaliar as condições atuais dos *media* na sociedade. É que as condições de possibilidade da comunicação em geral, ou seja, as condições universais da comunicação, supõem um plano de significação logicamente anterior à comunicação efetiva. No meu entendimento, a versão transcendental da pragmática surge, todavia, como uma tentativa filosófica de superação das ciências sociais, uma vez que remete para a possibilidade de um *a priori* com poder de constrangimento sobre a significação e a comunicação.

Ora, são as ciências sociais, e não a pragmática universal de Habermas (1987b), que se preocupam com os usos particulares empíricos da comunicação. Por essa razão, parece-me demasiado equívoca, por exemplo, a formulação de Quéré (1996: 106), que vê em Habermas «o mais filosófico dos sociólogos contemporâneos, e também o mais sociológico dos filósofos». Porque, ao interrogar a natureza da racionalidade da comunicação humana, Habermas não visa nenhuma sociolinguística, nenhuma sociologia do discurso, nem tão-pouco uma análise da conversação, essas sim, tarefas sociológicas. Com efeito, a abordagem de Habermas não é empírica, mas transcendental. Quer isto dizer que se trata de especificar as condições gerais *a priori* de possibilidade

da *intercompreensão*, da *individuação* e da *sociabilidade*. E os «jogos de linguagem», que Habermas, e também Apel, tomam de Wittgenstein (1953/1995), são neste contexto a condição de possibilidade desta dialética comunicacional, desenvolvida em torno de três conceitos fundamentais: o conceito de comunicação, o conceito de *praxis* e o conceito de intersubjetividade.

Em *Logique des Sciences Sociales et Autres Essais*, Habermas (1987a: 430-436) acolhe a abertura feita pelos trabalhos de Karl-Otto Apel à teoria wittgensteiniana dos jogos de linguagem. Apel havia-os tomado como constitutivos da organização do mundo da vida social e, ao fazê-lo, abria caminho para uma reflexão filosófica sobre as condições do acordo intersubjetivo enraizado na linguagem, e isto fora das premissas da filosofia moderna da subjetividade e da sua dialética sujeito-objeto. Habermas, ao retomar Apel, pôde falar da viragem da teoria da comunicação, o que lhe permitiu depois invocar apenas as normas fundamentais do discurso racional, normas essas que exprimiriam o acordo intersubjetivo enraizado na linguagem. Nestas normas residiria o único e o último fundamento desta época de crise de legitimação e de crise das tendências hegemônicas da realidade sistêmica.

Ficamos a saber, também, pela leitura da *Théorie de l'agir communicationnel, I*, que é a partir dos trabalhos de Stephen Toulmin, sobretudo de *Uses of Argument* (1958/2012), que Habermas (1987b: 39-40) vai esboçar uma teoria da argumentação que lhe permite esta aproximação transcendental e universal da linguagem. Foi ao interpretar a estrutura da linguagem como originariamente comunicacional e voltada para a intercompreensão que Habermas pôde pretender uma «pragmática universal», uma pragmática que fundasse sistematicamente as funções da linguagem: cognitiva; regulativa; expressiva; e mesmo poética. Ou seja, ao interpretar a estrutura da linguagem como originariamente comunicacional e voltada para a intercompreensão, Habermas pôde pretender construir as condições pragmático-universais das atividades comunicacional e argumentativa, e pôde portanto pretender estabelecer as bases racionais da intercompreensão possível, fundada numa teoria do «agir comunicacional».

O projeto de Habermas recorre ao paradigma comunicacional para fundar uma nova forma de compreensão dos problemas da realidade social. Mas não me parece que exista, em Habermas, qualquer abordagem empírica da comunicação. O objetivo parece cingir-se a avaliar o grau de obediência das proposições que circulam no espaço público a condições estabelecidas em termos transcendentais — as já assinaladas condições do acordo intersubjetivo enraizado na linguagem.

Esta insistência nas proposições, que devem obedecer a condições prévias de verificabilidade, fazem-me pensar naquilo a que Karl-Otto Apel (1994: 8) chama de «paradigma proposicional clássico», ou «paradigma semântico-referencial do logos próprio à linguagem humana». Caracteriza-se este paradigma pela depreciação das funções da linguagem de natureza puramente pragmática ou comunicacional, como são as funções de expressão e de apelo, em favor da função representacionista das proposições, que são julgadas em termos de verdade e falsidade.

Quando falamos do «pragmatic turn» nos estudos da linguagem e na teoria da ação social, a referência é, antes de mais, a direção inaugurada pelo segundo Wittgenstein (1953/1995), a orientação da *ordinary language philosophy*, centrada na linguagem e, neste contexto, a teoria dos atos de fala, fundada por Austin e Searle. No entanto, embora seja de pragmática que falamos, quando nos referimos a Habermas, trata-se meramente de uma pragmática formal.

De acordo com Karl-Otto Apel (1988: 479), do que se trata na «pragmatic turn» dos estudos da linguagem e da teoria da ação social é de uma perspectiva «em que o conceito de racionalidade da sintaxe lógica e da semântica lógica dos sistemas de linguagem foi integrado ou ultrapassado pelo conceito de racionalidade do uso humano da linguagem, quer dizer, pelo conceito de racionalidade argumentativa». Neste contexto, eu diria que a função de representação das proposições não remete unicamente para uma função simbólica, interpretável segundo os critérios da semântica referencial. Remete igualmente para as funções de expressão subjetiva e de apelo comunicativo, pertencendo a expressão subjetiva e o apelo comunicativo ao entendimento comunicacional do sentido das coisas.

O facto de o critério de verdade presidir, em Habermas (1987b), ao seu conceito de racionalidade, a ponto de podermos dizer que a sua sociologia crítica se faz valer do carácter cognitivo dos enunciados, embora se trate de uma pretensão intersubjetivamente válida, leva-me a concluir que as funções da linguagem, de natureza propriamente pragmática ou comunicacionais, não são nele inteiramente valorizadas.

Sobre o cumprimento das funções da linguagem, de natureza propriamente pragmática ou comunicacionais, lembro uma historieta saborosa, retirada de um debate entre Apel e Popper. Conta Apel (1994: 7) que Popper o censurou um dia por prestar demasiada atenção à comunicação:

«Você não deveria atribuir tanta importância à comunicação: é que ela é aquilo que partilhamos com os animais. Aquilo que está em jogo na linguagem humana são as proposições. É nelas que assenta a excepcional faculdade humana de apresentar a verdade do mundo real.»

Passe o paradoxo, penso que a atitude epistemológica de Habermas se aproxima, neste ponto, mais de Popper do que de Apel. Embora invoque a pragmática, a sua teoria social dá total favor à função representacionista dos enunciados, ou seja, à pretensão à verdade das proposições, que devem obedecer a condições de verificabilidade, no caso a condições de validade intersubjetiva, em prejuízo das funções propriamente comunicacionais da linguagem³.

DAS PALAVRAS E IDEIAS ÀS IMAGENS, SONS E EMOÇÕES

O quadro teórico do debate sobre os *media* não pode resumir-se, no entanto, à racionalidade discursiva, ou seja, ao «conteúdo das mensagens». Identificar os *media* como um espaço de palavra, é, todavia, o que verificamos nas análises clássicas, por exemplo, em Tarde (1901/1986), Ortega y Gasset (1928/1989), Dewey (1927/1999)⁴, Lippmann (1922/1960, 1925), Adorno e Horkheimer (1947/1994), Arendt (1958/2001), Habermas (1962/1986), Apel (1989), McQuail (1983/2003) e Luhmann (1970/2009), e nas análises mais recentes, designadamente, de Hall (1980/1999) e Castells (2004).

Todavia, o quadro teórico deste debate alterou-se significativamente nas últimas décadas, desde que a experiência moderna fundamental passou a ser o digital, e por duas razões principais. Por um lado, a sociedade tornou-se de comunicação generalizada. E numa sociedade assim, o humano passou a estar, total e infinitamente, mobilizado nas suas práticas (Martins, 2010a), por toda a espécie de tecnologias da informação e da comunicação, sobretudo por plataformas móveis de comunicação, informação e lazer, entre as quais *iPads*, *tablets* e *smartphones*; por novas formas de interação social, designadamente, redes sócio-técnicas, como o Twitter, o Facebook, o WhatsApp,

³ Sobre o entendimento representacionista e o entendimento pragmático dos enunciados, escrevi «A verdade e a função de verdade nas ciências sociais» (Martins, 1994).

⁴ A ideia de racionalidade em Dewey insiste mais na dimensão oral da linguagem do que na dimensão textual, de discurso fixado pela escrita. Escreve Dewey: «As palavras sublimes da conversação nos contactos directos têm uma importância vital que as palavras fixas e gélidas do discurso escrito não têm.» (Dewey, 1927/1999: 218).

o Messenger, o Instagram e o LinkedIn; e por modelos emergentes de interação, de que são exemplo as aplicações e os videogames.

Por outro lado, deu-se «a completa imersão da técnica na vida e nos corpos», a fusão da *bios* com a *techné*, o que é particularmente evidente com as biotecnologias, os implantes, as próteses, a engenharia genética (Martins, 2015a: 343). Mas que acontece, também, no caso das novas tecnologias da imagem (Martins *et al.*, 2011/2017). Aquilo a que hoje chamamos tecnologias da comunicação e da informação, especificamente a fotografia, o cinema, a rádio, o vídeo, a televisão, e sobretudo as tecnologias digitais, internet, jogos eletrônicos, *design* gráfico, redes cibernéticas e ambientes virtuais, com a «convergência» de *media*, conteúdos e plataformas (Jenkins, 2006), funcionam em nós «como próteses de produção de emoções, como maquinetas que modelam em nós uma sensibilidade puxada à manivela» (Martins, 2002/2017: 181-186). Nos anos 60, McLuhan (1964) já havia insistido neste ponto: não é ao nível das ideias e dos conceitos que a tecnologia tem os seus efeitos; são as relações dos sentidos e os modos de percepção que ela transforma, pouco a pouco, e sem encontrar a menor resistência.

Mas foram Deleuze e Guattari quem fez o diagnóstico mais completo desta situação em que a técnica e a estética fazem bloco. Em *Anti-Oedipe*, Deleuze e Guattari propõem a equivalência entre corpo, máquina e desejo. Sendo a máquina desejante e o desejo maquinado, é ideia de ambos que existem «tantos seres vivos nas máquinas como máquinas nos seres vivos» (Deleuze e Guattari, 1972: 230).

É, com efeito, como um dispositivo de imagens, que aparelha tecnologicamente o mundo, que os *media*, assim como as redes sócio-técnicas, com as quais interagem, desempenham, hoje, um papel essencial na constituição do espaço público e da opinião pública, assim como do funcionamento da sociedade civil, chegando mesmo a falar-se de uma «esfera pública digital» (Sousa, Pinto e Silva, 2013)⁵. Com efeito, são os *media* digitais e as redes sócio-

⁵ O espaço público e a opinião pública, como eixo normativo do mundo moderno, desenvolveram-se no Ocidente por volta do século XVII e assim se foram mantendo ao longo do tempo, «em resultado de um vínculo essencial à linguagem, ao discurso e à comunicação» (Esteves, 2004: 131). Gabriel Tarde (1901/1986: 43-77) foi o primeiro pensador a estabelecer esta relação entre os públicos (como forma de sociabilidade típica do mundo moderno) e a comunicação e informação. Já nos anos 60, «ao estabelecer o princípio de publicidade, ou seja, de transparência, argumentação e abertura, como dimensão constitutiva da sociedade burguesa», Habermas (1962/1986) «faz decorrer do mesmo princípio a noção de espaço público»: a copresença dos homens livres é a condição da sua deliberação em comum e a participação na deliberação coletiva é mediada pela palavra (Martins, 2005: 157). Sobre as continuidades e as transformações dos conceitos de espaço público e opinião

-técnicas que, por um lado, reativam em permanência a sociedade em rede e, por outro lado, alimentam o desenvolvimento de identidades transculturais e transnacionais (Martins, 2015a, 2015b, 2018; Martins, Sousa e Cabecinhas, 2007), chegando alguns a colocar a hipótese de um espaço público e de uma opinião pública mundiais⁶.

Deve, todavia, salientar-se que a imagem de produção tecnológica, sendo uma expressão marcante da contemporaneidade, não é a sua única expressão. O áudio é igualmente uma das expressões que marcam a contemporaneidade. Vendo bem, vivemos numa sociedade tanto de imagens como de sons. Ou seja, vivemos numa sociedade audiovisual. E não nos livramos de dois equívocos. É comum referirmo-nos ao nosso tempo como a era das imagens, mas equivocamo-nos ao atribuir-lhes uma espessura exclusivamente visual. E, por outro lado, voltamos a equivocar-nos ao reduzir o audiovisual ao visual. Porque o som constitui um elemento decisivo na construção de sentido(s) no audiovisual. Como bem refere Michel Chion (1994: xxvi), «não vemos a mesma coisa quando ouvimos, e não ouvimos a mesma coisa quando vemos».

Mas, a meu ver, a significação, seja da imagem, seja do som, não é meramente discursiva, pelo que não pode ser tomada como tal pela análise social⁷.

Ao processo de construção do sentido das imagens e dos sons, que assenta apenas no funcionamento da língua, interessam-lhe unicamente os processos retóricos e argumentativos, que criam persuasão. Este é, por exemplo, o ponto de vista de Roland Barthes ao elaborar uma semiótica da imagem centrada no funcionamento da língua. Daí que Barthes tenha dado tanta importância à «retórica antiga», analisando-a num texto fundamental (Barthes, 1970). E todos os códigos não linguísticos (visuais, sonoros, gestuais, animais, objetuais...) funcionarão por analogia com a língua. «A retórica da imagem», sobre «Les pâtes Panzani», é um texto bem elucidativo a este propósito. Nele são estudados dois sistemas de significação, fundados no funcionamento da língua, que se sobrepõem: um denotativo, ou referencial, que diz as coisas,

pública na sociedade contemporânea, assim como sobre o debate «público/privado», ver, além de Habermas (1962/1986), Martins (2005, 2008, 2012, 2015a).

⁶ Convocando uma primeira página do *New York Times*, João Pissarra Esteves assinala mesmo «a emergência de uma segunda grande superpotência mundial — precisamente, a opinião pública» (Esteves, 2005: 25).

⁷ Hartley (1992) e McQuail (1983/2003) não deixam, todavia, de assinalar que se deve a McLuhan a análise centrada na experiência dos sentidos, «em que podemos experienciar o mundo com maior ou menor imaginação visual» (McQuail, 1983/2003: 111). Mas que a semiótica da imagem não é meramente discursiva é igualmente o sentido dos textos que escrevi nos últimos anos. Veja-se, por exemplo, *Crise no Castelo da Cultura* (2011/2017, sobretudo, pp. 187-190); e *Media e melancolia: o trágico, o grotesco e o barroco* (Martins, 2011).

e um outro conotativo, que as imagina (neste último caso, um funcionamento mítico) (Barthes, 1964).

Também em termos teóricos, Martine Joly (1994/2007) seguiu, na sua *Introdução à Análise da Imagem*, as pisadas da semiótica barthesiana. Podem também ser entendidos neste sentido *O Olho de Deus no Discurso Salazarista* (Martins, 1990/2016), *Para Uma Inversa Navegação: O discurso da identidade* (Martins, 1996), *A Linguagem, a Verdade e o Poder: Ensaio de semiótica social* (Martins, 2002) e *Semiótica* (Martins, 2004).

Esta perspetiva semiótica, que é a perspetiva clássica da tradição francesa, de Saussure (1919), Barthes (1964) e Greimas (2002), funciona como se a imagem não fosse, ainda, a expressão da nossa cultura. Por essa razão, de um modo geral, os tratados de argumentação não se ocupam de imagens, mas de proposições, que exprimem raciocínios retóricos. Ainda no volume 16 da revista *Comunicação e Sociedade* (2009), que organizei com Rui Grácio, sobre «Comunicação, argumentação e retórica» (Martins e Grácio, 2009), nenhum dos autores se ocupa de imagens, mas da racionalidade discursiva e textual. E, todavia, vamos encontrar entre eles, Ruth Amossy, Wayne Brockriede, Jean Goodwin, Christian Plantin, Enrique Castelló, Tito Cardoso e Cunha, Paulo Serra e Rui Grácio.

Em contrapartida, Mário Mesquita (1995), em «Tendências da comunicação política», tem preocupações com a imagem, ao refletir sobre a linguagem televisiva. Assinala, então, que «a televisão antecipa-se [através do jornalista-zapteur, que rapidamente muda de assunto e de interlocutor] ao eventual cansaço do consumidor, silenciando, em tempo (supostamente) útil, o político ou intelectual no uso da palavra» (Mesquita, 1995: 385). Interrogando-se, então, sobre «o que é a comunicação política», responde, convocando Erik Neveu, que é «a retórica mais a eletricidade» (Mesquita, 1995: 385). E mais adiante, na esteira de Dominique Wolton, caracteriza a situação atual como «'espaço público mediatizado', indissociável do funcionamento da comunicação social» (Mesquita, 1995: 389). Por fim, assinala «as inovações tecnológicas» e conclui com o receio de que «acontecimentos decisivos se situem 'fora de campo', longe do olhar das câmaras televisivas» (Mesquita, 1995: 390).

Mas estávamos apenas no início do processo de translação da racionalidade argumentativa para a racionalidade emocional, da ideologia para a «sensologia» (Perniola, 1991/1993)⁸. A nova realidade que começava, entretanto,

a afirmar-se tinha, todavia, como mensageiros: o *look* (a imagem, o aspeto, o visual); o *brand* ou a *griffe* (a marca, aquilo a que os clássicos chamavam «exemplo»); o *timing* (o tempo oportuno, ou o *kairos*); o *marketing* (a arte de persuadir).

Quando falamos, hoje, de participação cívica, ou seja, de espaço público e opinião pública, tem sentido deslocar o centro de gravidade da análise da racionalidade argumentativa para a racionalidade emocional. Porque o regime do *pathos* é, sem dúvida, muito mais consonante com o regime de produção tecnológica de imagens e sons, que é a situação a que a sociedade contemporânea está hoje sujeita. Em vez de nos ocuparmos unicamente de silogismos retóricos, fundados na verosimilhança, e das suas estratégias argumentativas, penso que há lugar para nos ocuparmos dos sonhos, ou seja, dos percursos figurativos da imagem, enfim, do imaginário (Durand, 1969)⁹, ou daquilo a que Derrida (1967: 418-419) chamava «mitopoética», retomando a figura de «bricolage» do mito, de Lévi-Strauss (1962), em *La Pensée Sauvage*.

Neste contexto, os *media* e as redes sócio-técnicas, muito embora sejam dispositivos de palavras, que demonstram ou persuadem, por exemplo através de notícias, assim como do uso de raciocínios e *slogans*, são igualmente dispositivos de imagens e de sons, que nos seduzem e fascinam.

Os *media* e as redes sócio-técnicas confrontam os cidadãos com estratégias retóricas (conscientes); mas convocam-nos, igualmente, para uma travessia, porque constituem um lugar obsidiado por imagens e sons, que possibilitam os mais diversos percursos (inconscientes). É esse o sentido do livro que escrevi em 2011, com o título *Crise no Castelo da Cultura: Das estrelas para os ecrãs* (Martins, 2011/2017). Trata-se de uma proposta que dá conta da deslocação do *logos* e do *ethos* para o *pathos* (Martins, 2011/2017: 188-189); das proposições para as imagens; do «*sun/bolé*», uma imagem que reúne, para a «*dial/bolé*», uma imagem que separa (Martins, 2011/2017: 207); dos raciocínios para os memes; do consciente para o inconsciente; da retórica para o percurso figurativo; da persuasão para a sedução e o fascínio; de um imaginário dramático, clássico e sublime, para um imaginário trágico, barroco e grotesco (Martins, 2011/2017:

⁸ A «sensologia» foi tematizada por Mario Perniola no ensaio *Del sentire*, cuja primeira edição data de 1991. Exprime a importância crescente das sensações (e das emoções), num movimento de abandono da ideologia.

Todavia, nesta passagem da ideologia para a «sensologia», Perniola vê uma experiência do que se repete, uma experiência «do já sentido», e não uma experiência original, como se fosse impossível experimentar pela primeira vez o que quer que seja.

⁹ Veja-se, também, neste sentido: «O discurso da identidade e o modo de enunciar a periferia» (Martins, 1991).

187-188)¹⁰; dos *media* como dispositivos discursivos, de sentido retórico, para os *media* como dispositivos de imagens, com memória sensorial, afetiva e corporal; de um processo informativo com produtores e consumidores de informação, para redes sócio-técnicas com tribos e públicos que são produtores de conteúdos¹¹.

A ESTETIZAÇÃO DO MUNDO, O ESPAÇO PÚBLICO E A OPINIÃO PÚBLICA

A meu ver, a questão do espaço público e da cidadania inscreve-se num eixo de sentido moderno, que faz funcionar no mesmo plano a *técnica e a estética*. Caracteriza-o, todavia, um pessimismo histórico. Sendo motivado por uma compreensão profunda dos limites e falhanços daquilo a que Habermas chamou «o projeto inacabado da modernidade» (Ang, 1998), esta atitude epistemológica abre, entretanto, a alguns dos debates essenciais da contemporaneidade. Dado que não remete para normas universais que meçam todos os enunciados, este eixo de sentido faz declinações decetivas do público: é «público fantasmagórico», para Lippmann (1925); «público simulacral», para Baudrillard (1981: 42); «sobrevivência simulacral» e espectral, no caso de Bragança de Miranda (1995: 142).

É meu entendimento que este eixo, que combina a técnica com a estética, interroga a natureza atual da técnica. O eixo técnico-ético moraliza a técnica: por um lado, procura controlá-la, através de normas universais; por outro, promove o seu bom uso. Por sua vez, o eixo ético-estético celebra a técnica como uma remitificação da existência, jungindo arcaísmo e tecnolo-

¹⁰ Estes dois regimes do imaginário remetem para dois distintos regimes da narrativa: um regime da promessa e um regime melancólico. Do lado do regime da promessa, temos narrativas com personagens clássicas, cujas formas são constituídas por linhas direitas e superfícies claras; e também temos formas dramáticas, com as personagens a viverem contradições redimidas por uma síntese; e ainda formas sublimes a indicar um mundo elevado. Do lado do regime melancólico, temos narrativas com personagens barrocas, cujas formas são constituídas por linhas curvas, dobras e superfícies côncavas e sombrias; e também temos formas trágicas, em que as personagens vivem contradições sem que nenhuma síntese as resolva; e temos ainda, formas grotescas, com personagens que são caracterizadas pela desproporção e pela fealdade. Sobre o regime da promessa e o regime melancólico, ver também, por exemplo, Martins (2007a, 2011 e 2013).

¹¹ É neste sentido que eu leio o livro editado por Oliveira & Prata (2015), *Rádio em Portugal e no Brasil: Trajetória e cenários*. Existe neste livro uma secção que consagra, precisamente, uma mutação da rádio, do paradigma industrial para o paradigma informacional. Chama-se «Multimodalidade e internet».

gia¹². Em contrapartida, o eixo técnico-estético problematiza a natureza da técnica, vendo nela a realização da razão como controlo e, simultaneamente, a modelação da nossa sensibilidade e emotividade, de modo a produzir o efeito cada vez mais alargado de estetização do mundo.

Na era da técnica, tanto como a imagem, também o som tem capacidades expressivas e integra o atual processo de estetização do quotidiano, concorrendo para a conversão da existência em experiência sensível e emocional. Com efeito, para dar um exemplo, a rádio na web (a «radiomorphosis») significa novos conteúdos, uma nova linguagem, novas formas de ouvir o som, com cada internauta a construir a sua própria narrativa sonora.

Entre outros debates essenciais da contemporaneidade a que este eixo da técnica e da estética procura dar resposta, assinalo os seguintes: a natureza da técnica na era do computador (Heidegger, 1954; Martins, 1998, 2007b; Miranda, Pinto e Ribeiro, 2019¹³); uma nova teoria da imagem (Jenkins, 2003; Kress, 2010; Kress e Leuwen, 2001; Manovich, 2001; Martins, 2010b; Martins *et al.*, 2011; Scolari, 2008, 2013; Correia e Cerqueira, 2017); o «bloco alucinatório», constituído pela ligação da técnica com a estética, com referências, por exemplo, a Benjamin (1936/1992), McLuhan (1964), Debord (1967/1992), Perniola (1994/2004); uma revisão da teoria da violência, da dominação e do controlo (Agamben, 1995; Deleuze, 1990; Deleuze e Guattari, 1972, 1980; Foucault, 1975, 1976, 2004); uma problematização da experiência humana e do seu progressivo empobrecimento (Benjamin, 1933/2005), com uma «congelamento dissimulado do mundo» (Debord, 1967/1992: 200) e a reanimação de uns tantos conceitos, assim como o depuramento de outros, por exemplo, alienação, anestesiamento, simulacro, um percurso por onde passa, entre outros, Baudrillard (1981).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crítica de Habermas (1962/1986) à conceção burguesa de espaço público recaiu no facto de esse espaço constituir uma falsa universalização e de impor a necessidade de o realizar verdadeiramente. Se bem observarmos, esta tese glosa

¹² Como assinala Maffesoli (2011: 17), «a tecnologia pós-moderna participa do reencantamento do mundo».

¹³ O debate sobre a técnica e o papel que as novas tecnologias, que incluem os *media*, têm na redefinição da cultura, ou seja, na delimitação do humano, é um debate que não pode esquecer o ensaio de Heidegger sobre a técnica, que encontramos em *Vorträge und Aufsätze* (Pfullingen, 1954), com o título «Die Frage nach der Technik».

e revê a ideia de Marx sobre o fim do capitalismo: o seu advento precipita o fim da divisão entre Estado e sociedade civil e faz desaparecer o próprio Estado.

De um ponto de vista comunicacional, este entendimento é todavia reductor, por não atender às razões técnicas e estéticas, cuja consideração encontramos já em McLuhan (1962, 1964). Mas é verdade que a associação de técnica e estética, que tem hoje nas redes sócio-técnicas a sua expressão mais exuberante, é já acentuada por Benjamin (1936/1992), nos anos 30 do século passado, quando analisa o surgimento da fotografia, do cinema e da rádio; novos *media* para a época — o momento em que os fascismos europeus se implantavam. Benjamin mostra-nos que o tipo de sujeito pressuposto na época literária, um sujeito racional e autocontrolado, representa bem mais uma vontade coletiva do que os indivíduos empíricos. Quando considerados em conjunto, os indivíduos logo desaparecem, sublimados pela figura de uma «discussão» no espaço público. Entretanto, com a fotografia, o cinema e a rádio, que produzem e administram emoções, os indivíduos não são mobilizados em conjunto, mas individualmente.

Benjamin (1936/1992) privilegia esta tensão, que é interna à fotografia, ao cinema e à rádio (e, nos dias de hoje, aos *media* digitais, que aliás incluem a fotografia, o cinema e a rádio), e ataca a política de fascinação das massas, que resulta do uso que os poderes dominantes fazem das novas técnicas. É verdade que Benjamin reconhece às vanguardas um efeito de choque no combate à reaurização (remagificação) do mundo. Mas as novas técnicas, como é o caso do cinema, provocam por si mesmas esse choque, levando-nos ao «inconsciente ótico» (Benjamin, 1936/1992: 105), à realidade oculta da fantasmagoria, que tudo envolve.

No entendimento crítico de Benjamin, já não é possível voltar à cultura da autenticidade do sistema clássico. Pode, no entanto, objetar-se que o panorama mediático se alterou radicalmente de Benjamin para cá. Com o vídeo, foram tornadas possíveis novas artes, e também formas de contraprogramar as massas. E a subversão maior deu-se com o computador pessoal, com as redes informáticas e ciberespaciais, e com as redes sócio-técnicas. É meu entendimento, porém, que o debate sobre o espaço público e a opinião pública e a sua relação com os *media* é um debate que pode prosseguir ainda com Benjamin. Tenho, pessoalmente, a ideia de que o mundo que em Benjamin assiste alegremente à sua «própria destruição» (Benjamin, 1936/1992: 113) é, com efeito, hoje, o do espaço público colonizado pelos *media* digitais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. (1947/1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- AGAMBEN, G. (1995). *Moyens sans fin: notes sur la politique*. Paris: Payot & Rivages.
- ANG, I. (1998). The performance of the sponge: mass communication theory enters the postmodern world. In K. Brants; J. Hermes; L. van Zoonen (eds.). *The Media in Question*. Londres: Sage, pp. 77-88.
- APEL, K. (1988). La rationalité de la communication humaine dans la perspective de la pragmatique transcendante. *Critique* (493-494), pp. 579-603.
- APEL, K. (1989). L'éthique de la discussion: sa portée et ses limites. In *Encyclopédie Philosophique Universelle* (vol. I.). Paris: PUF, pp. 154-165.
- APEL, K. (1994). *Le logos propre au langage humain*. Cahors: L'Éclat.
- ARENDT, H. (1958/2001). *A Condição Humana*. Lisboa: Relógio D'Água.
- BARTHES, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications*, (4), pp. 40-51.
- BARTHES, R. (1970). L'ancienne rhétorique. *Communications*, (16), pp. 172-229.
- BAUDRILLARD, J. (1981). *Simulacres et Simulation*. Paris: Galilée.
- BENJAMIN, W. (1936/1992). A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In W. Benjamin. *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio D'Água, pp. 71-110.
- CASTELLS, M. (2004). *A Galáxia Internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CHION, M. (1994). *Audio-Vision: Sound on Screen*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- CORREIA, M.L.; CERQUEIRA, C. (eds.) (2017). *Fotografia e gênero. Comunicação e Sociedade*, 32. Braga: CECS.
- DEBORD, G. (1967/1992). *La Société du Spectacle*. Paris: Gallimard.
- DELEUZE, G. (1990). *Pourparlers*. Paris: Éditions de Minuit.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. (1972). *L'Anti-Oedipe*. Paris: Éditions de Minuit.
- DERRIDA, J. (1967). *L'écriture de la différence*. Paris: Seuil.
- DEWEY, J. (1927/1999). *The public and its problems*. Atenas: Swallow Press, Ohio University Press.
- DURAND, G. (1969). *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*. Paris: Bordas.
- ESTEVEZ, J.P. (2004). Espaço público. In A. Albino; C. Rubim (org.). *Comunicação e Política*. Salvador: Edufba e Unesp.
- ESTEVEZ, J.P. (2005). *O Espaço Público e os Media: Sobre a comunicação entre a normatividade e a facticidade*. Lisboa: Colibri.
- FOUCAULT, M. (1975). *Surveiller et punir: naissance de la prison*. Paris: Gallimard.
- FOUCAULT, M. (1976). *Histoire de la sexualité*, I. *La volonté de savoir*. Paris: Gallimard.
- FOUCAULT, M. (2004). *Naissance de la biopolitique: cours au collège de France 1978-1979*. Paris: Gallimard-Seuil.

- GREIMAS, A.J.** (2002). *Sémantique Structurale*. Paris: PUF.
- HABERMAS, J.** (1962/1986). *L'espace public*. Paris: Payot.
- HABERMAS, J.** (1985/1990). *O Discurso Filosófico da Modernidade*. Lisboa: Dom Quixote.
- HABERMAS, J.** (1987a). *Logique des sciences sociales et autres essais*. Paris: PUF.
- HABERMAS, J.** (1987b). *Théorie de l'agir communicationnel*, I. Paris: Fayard.
- HABERMAS, J.** (1996). *Between Facts and Norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Cambridge: MIT.
- HALL, S.** (1980/1999). Encoding/decoding. In O. Marris; S. Tornahm (eds.). *Media Studies: A reader*. Edimburgo: Edinburg University Press.
- HARTLEY, J.** (1992). *The Politics of Pictures*. Londres: Routledge.
- HEIDEGGER, M.** (1954/2002). A questão da técnica. *Ensaios e Conferências*. Petrópolis: Vozes, pp. 11-38.
- JENKINS, H.** (2003). Transmedia storytelling: moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*.
- JENKINS, H.** (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. Nova Iorque: New York University Press.
- JOLY, M.** (1994/2007). *Introdução à Análise da Imagem*. Lisboa: Edições 70.
- KRESS, G.** (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Londres: Routledge.
- KRESS, G.; LEEUWEN, T. van** (2001). *Multimodal: The modes and media of contemporary communication discourse*. Londres: Arnold.
- LÉVI-SRAUSS, C.** (1962). *La Pensée Sauvage*. Paris: Plon.
- LIPPMANN, W.** (1922/1960). *Public Opinion*. Nova Iorque: MacMillan.
- LIPPMANN, W.** (1925). *The Phantom Public*. Nova Iorque: Transaction Publishers.
- LUHMANN, N.** (1970/2009). Opinião pública. In J.P. Esteves (org.). *Comunicação e Sociedade: Os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa*. Lisboa: Livros Horizonte, pp. 163-191.
- LYOTARD, J.F.** (1993). *Moralités postmodernes*. Paris: Galilée.
- MAFFESOLI, M.** (2011). L'initiation au présent. *Cahiers Européens de l'Imaginaire*, (3), pp. 14-27.
- MANOVICH, L.** (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- MARTINS, M.L.** (1990/2016). *O Olho de Deus no Discurso Salazarista*. Porto: Afrontamento. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/49972>.
- MARTINS, M.L.** (1991). O discurso da identidade e o modo de enunciar a periferia. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (33), pp. 203-215. Coimbra: CES. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/23850>.
- MARTINS, M.L.** (1994). A verdade e a função de verdade nas ciências sociais. *Cadernos Noroeste*, 7(2), pp. 5-18. Braga: CCHS.

- Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/25385>.
- MARTINS, M.L.** (1996). *Para Uma Inversa Navegação: O discurso da identidade*. Porto: Afrontamento.
- MARTINS, M.L.** (1998). A biblioteca de Babel e a árvore do conhecimento. *O Escritor*, 11/12, pp. 235-240. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/30068>.
- MARTINS, M.L.** (2002/2017). *A Linguagem, a Verdade e o Poder: Ensaio de semiótica social*. Lisboa: FCG e FCT. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/48230>.
- MARTINS, M.L.** (2004). *Semiótica*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – CECS, da Universidade do Minho. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/996>.
- MARTINS, M.L.** (2005). Espaço público e vida privada. *Revista Filosófica de Coimbra* (27), pp. 157-172. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/23799>.
- MARTINS, M.L.** (2007a). La nouvelle érotique interactive. *Sociétés*, 96, pp. 21-27. Paris. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/23767>.
- MARTINS, M.L.** (2007b). Nota introdutória: a época e as suas ideias. *Comunicação e Sociedade*, 12, pp. 5-7. Braga: CECS. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/24115>.
- MARTINS, M.L.** (2008). Do funcionamento dos media à crise da modernidade: o espaço público e os seus simulacros. In M. Ramos; N. del Bianco (orgs.). *Estado e Comunicação*. Brasília: UNB/Intercom, pp. 205-214. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/25369>.
- MARTINS, M.L.** (2010a). A mobilização infinita numa sociedade de meios sem fins. In C. Álvares; M. Damásio (orgs.), *Teorias e Práticas dos Media: Situando o local no global*. Lisboa: Edições Lusófonas. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/24250>.
- MARTINS, M.L.** (2010b). Os Cultural Studies no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. In M.L. Martins (ed.), *Caminhos nas Ciências Sociais: Memória, mudança social e razão. Estudos em homenagem a Manuel da Silva Costa*. Coimbra: Grácio Editor, pp. 271-287. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/25339>.
- MARTINS, M.L.** (2011). Media e melancolia: o trágico, o grotesco e o barroco. In M. Acciaiuoli; M.A. Babo (orgs.). *Arte e Melancolia* (vol. 1). Lisboa: Instituto de História da Arte / Estudos de Arte Contemporânea e CECL, pp. 53-65. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/24106>.
- MARTINS, M.L.** (2011/2017). *Crise no Castelo da Cultura: Das estrelas para os ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/29167>.
- MARTINS, M.L.** (2012). Media digitais: hibridiz, interactividade, multimodalidade. *Revista de Comunicação e Linguagens*, (43/44), pp. 49-60. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/25606>.

- MARTINS, M.L.** (2013). O corpo morto: mitos, ritos, superstições. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*. Braga: CECS, vol. 1, n.º 1, pp. 109-134. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/29225>.
- MARTINS, M.L.** (2015a). Os Estudos Culturais como novas Humanidades. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 3(1), pp. 341-361. Braga: CECS. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/40655>.
- MARTINS, M.L.** (2015b). Médias digitais e lusofonia. In M.L. Martins (ed.), *Lusofonia e Interculturalidade: Promessa e travessia*. Famalicão: Húmus, pp. 27-56. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/396988>.
- MARTINS, M.L.** (2018). A lusofonia no contexto das identidades transnacionais e transcontinentais. *Letrônica: Revista do Programa de Pós-graduação em Letras da PUCRS*, 11(1), pp. 3-11. DOI: 10.15448/1984-4301.2018.1.30438. Disponível em <http://hdl.handle.net/1822/55280>.
- MARTINS, M.L. et al.** (eds.) (2011). *Imagem e Pensamento*. Coimbra: Grácio Editor. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/29165>.
- MARTINS, M.L.; GRÁCIO, R.** (eds.) (2009). Comunicação, argumentação e retórica. *Comunicação e Sociedade*, 16. Famalicão: Húmus/CECS. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/issue/view/77>.
- MARTINS, M.L.; SOUSA, H.; CABECINHAS, R.** (eds.) (2007). Lusocom: estudo das políticas de comunicação e discursos no espaço lusófono. In M. Ledo (org.), *Comunicação Local no Espaço Lusófono*. Santiago de Compostela: Agacom, pp. 301-310. Disponível em <http://hdl.handle.net/1822/24127>.
- MCLUHAN, M.** (1962). *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: Toronto University Press.
- MCLUHAN, M.** (1964). *Understanding Media*. Londres: Routledge.
- MCQUAIL, D.** (1983/2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- MESQUITA, M.** (1995). Tendências da comunicação política. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21-22, pp. 383-402. Lisboa: Cosmos/RCL.
- MIRANDA, J.B.** (1995). Espaço público, política e mediação. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21-22, pp. 129-148. Braga: CECS.
- MIRANDA, J.B.; PINTO, J.G.; RIBEIRO, L.C.** (orgs.) (2019). *Fundamento e Imersão*. Lisboa: Orfeu Negro.
- OLIVEIRA, M.; PRATA, N.** (org.) (2015). *Rádio em Portugal e no Brasil: Trajetória e cenários*. Braga: Húmus/CECS.
- ORTEGA Y GASSET, J.** (1928/1989). *A Rebelião das Massas*. Lisboa: Relógio D'Água.
- PERNIOLA, M.** (1991/1993). *Do Sentir*. Lisboa: Presença.
- PERNIOLA, M.** (2004/1994). *O Sex Appeal do Inorgânico*. Ariadne: Lisboa.
- QUÉRÉ, L.** (1996). Vers une anthropologie alternative pour les sciences sociales? In C. Bouchindhomme; R. Rochlitz (orgs.), *Habermas, la raison, la critique*. Paris: Cerf, pp. 105-138.

- SAUSSURE, F.** (1919). *Cours de Linguistique Générale*. Publié par Charles Bally et Albert Sechehay. Paris: Payot.
- SCOLARI, C.A.** (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- SCOLARI, C.A.** (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- SOUSA, H.; PINTO, M.; SILVA, E.** Costa e (eds.) (2013). *Esfera pública digital. Comunicação e Sociedade*, 23. Braga: CECS.
- TARDE, G.** (1901/1986). *La opinión y la multitud*. Madrid: Taurus.
- TOULMIN, S.** (1958/2012). *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WITTGENSTEIN, L.** (1953/1995). *Tratado Lógico-Filosófico: Investigações filosóficas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

FLAD
FUNDAÇÃO LUSO-AMERICANA
PARA O DESENVOLVIMENTO



**GOVERNO
DOS AÇORES**

Nesta edição,
foi respeitada a opção
ortográfica de cada autor.

© 2021, AA. VV.
e Edições tinta-da-china, Lda.
Palacete da Quinta dos Ulmeiros
Alameda das Linhas de Torres, 152
1.º andar, escritório 10
1750-149 Lisboa
Teles.: 21 726 90 28/29
E-mail: info@tintadachina.pt

www.tintadachina.pt

TÍTULO

*A Liberdade por Princípio:
Estudos e testemunhos
em homenagem a Mário Mesquita*

COORDENADORES

Carlos Guilherme Riley
Cláudia Henriques
Pedro Marques Gomes
Tito Cardoso e Cunha

AUTORES

AA. VV.

REVISÃO

Tinta-da-china

COMPOSIÇÃO

Tinta-da-china

CAPA

Tinta-da-china (V. Távares)

1.ª EDIÇÃO

Junho de 2021

ISBN: 978-989-671-592-2
DEPÓSITO LEGAL N.º 348637/20