

# Apresentação: O mundo convergente

João Anzanello Carrascoza  
& Rose de Melo Rocha

---

DERIVADA DAS ATIVIDADES ACADÊMICAS do 7º Simpósio Nacional de Comunicação e Práticas de Consumo, promovido pelo PPGCOM-ESPM, esta coletânea discute um dos temas mais candentes da atualidade: a polêmica e inspiradora concepção de cultura da convergência.

Os diferentes autores voltam-se, assim, à discussão dos mais relevantes impactos teóricos e implicações sociais dos novos cenários de convergência cultural, em que imperam os sincretismos de linguagens, tecnicidades e audiovisualidades. Tomando por referência a crescente interface entre processos comunicacionais e práticas de consumo – material, simbólico e midiático –, a obra reúne pensadores do campo da comunicação e aportes de base interdisciplinar para refletir sobre o sentido das convergências na contemporaneidade.

A imbricação e a mescla entre formas, formatos, linguagens e gêneros midiáticos, a produção cultural fundada em hibridações, a reformulação das fronteiras tradicionalmente estabelecidas entre o massivo, o popular e o midiático, o hegemônico e o disruptivo, as reconfigurações espaço-temporais, as interações entre os planos

ficcional e documental, as aproximações e negociações entre campo da produção e da recepção, entre arte e ciência, academia e mercado são algumas das derivações reflexivas passíveis de problematização. O que se converge, como converge e com que efeitos são perguntas que alimentam este debate.



PARTE 1

Pressupostos  
epistêmicos:  
interfaces entre  
comunicação,  
consumo  
e convergência

---

# A comunicação é a ciência das convergências: ou como enfrentar, criticamente, a dicotomia teoria/prática<sup>1</sup>

Rose de Melo Rocha<sup>2</sup>

---

## NOTAS INTRODUTÓRIAS: EM QUE SENTIDO CONVERGIMOS?

O QUE SIGNIFICA adotar a terminologia “cultura da convergência” como referente paradigmático da cena midiática e do sistema capitalista contemporâneos? Não deveríamos, por princípio analítico, desconfiar de expressões que tão facilmente caem nas tramas da circulação maciça e ininterrupta, prestando-se à função de verdadeiras panaceias sígnicas? Em que medida o termo aplica-se à reflexão sobre a interface entre comunicação e consumo? Assumindo essas indagações como ponto de partida, defendo neste artigo uma tese bastante específica. Há muitos anos, décadas, na verdade, pesa sobre a ciência

---

1 Artigo desenvolvido a partir de comunicação apresentada no 7º Simpósio Nacional de Comunicação e Práticas de Consumo – Consumo Midiático e Culturas da Convergência, na mesa temática “Consumo midiático e culturas da convergência: implicações comunicacionais”, realizada em outubro de 2009 (ESPM-SP).

2 Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, com pós-doutorado em Ciências Sociais pela PUCSP. Coordenadora do PPGCOM-ESPM. E-mail para contato: rrocha@espm.br.

da comunicação um fardo ambivalente. Sua inegável multiplicidade, o fato de beber de diferentes referenciais teóricos e dialogar com variados campos epistêmicos têm nos rendido troféus paradoxais: relativistas, generalistas, não científicos, subjetivistas, fluidos... Ou, em outro extremo: múltiplos, complexos, estratégicos, plurais.

Isso não se dá por acaso e tem sérias implicações. Como bem analisou Lucien Sfez (1994), em seu clássico e um tanto hermético *Crítica da Comunicação*, nossa ciência estaria de fato fundada em um campo minado, posto que, em termos disciplinares, responde irremediavelmente a um saber-fazer, a um suposto “mundo real” que é, na verdade, radicalmente contaminado pela economia política e simbólica dos *media*. Em seu argumento, o pensador francês adota a distinção primordial entre núcleo epistêmico e forma simbólica da comunicação como base fundamental e como estatuto que considera, criticamente, a distinção entre o universo representado e o universo da representação. Nesse cenário, bastante pertinente para pensarmos hoje a temática da convergência, conceitos comuns às ciências da comunicação parecem migrar para a vida cotidiana, constituindo-se, em suas palavras, como realidades do mundo social e político.

O sociólogo propõe uma política de interpretação da comunicação capaz de enfrentar com sucesso o que ele chama “tautismo” (contração de tautologia e autismo). Nesta forma simbólica nuclear, tomaríamos a realidade *representada* como realidade diretamente *expressa*, o que parece a Sfez a confusão primordial e fonte de todo o delírio. Lucien Sfez vê na crítica da comunicação o único modo de nos livrarmos da força centrípeta da espiral comunicativa, rompendo assim o “tautismo” da sociedade da comunicação e o caráter totalizante das tecnologias do espírito.

Tendo a ressalva sveziana por norte, sigamos adiante, investigando o sentido político desta simbiose entre representação midiática e experiência societal. Ora, se falamos de mídia, torna-se imperativo considerar a tensão, historicamente construída e atualizada, que enseja a dinâmica de funcionamento e inserção social dos meios de comunicação. O que quero dizer com isso? Explico: nossas máquinas, processos e instituições destinadas à organização da comunicação social respondem a potentes jogos e disputas de poder e, neste plano, dependem de materialidades, de estofo jurídico, de negociações legais etc. Mas, o que é fundamental ao desenvolvimento de nossa tese, os *media* participam, em situação de franco protagonismo, das ferrenhas arenas da significação: dão visibilidade a pautas, fazem circular representações sociais, destacam alguns discursos, obliteram ou estetizam outros.

Fazer sentido, desbancando as pretensões de uma objetividade jornalística pura e inquestionável é um *affair* da mais profunda subjetividade. Nesse terreno, os acordos simbólicos serão quase tão importantes quanto os assenhoramentos econômicos. Afinal, se escutarmos os libelos frankfurtianos, seremos forçados a atestar: as indústrias culturais, ou indústrias da consciência, ganham vigor por muito bem articularem um fantástico jogo de espelhos. Nelas, as representações de fatos inúmeras vezes pretenderam-se a mais tangível das realidades.

Até aqui nenhuma novidade: graças a lamentáveis heranças cartesianas, o “que-fazer” proveniente deste espectro prático nem sempre dialogou com o “que-pensar”, com o saber pensar, menos ainda com o fazer pensar, que desmontam e relativizam a compulsão performativa. Na larga vala que por vezes vimos crescer entre a teoria e a prática, ou, dito de outro modo, entre a teoria crítica e a

adequação irrefletida a demandas essencialmente mercadológicas, a coesão do campo sofreu abalos, embora, verdade seja dita, poucas rupturas efetivamente tenham sido capazes de alterar a dicotomia estanque.

Ampliando o debate, as contribuições apresentadas em recente livro da comunicóloga Malena Contrera (2010) são uma primorosa contribuição à constituição da cultura da convergência como objeto teórico pertinente ao campo da comunicação. Contrera, analisando a “Mediosfera”, destaca alguns processos que a constituem. Um deles, em particular, a literalidade, vive seu triunfo, sendo resultado da “crise das competências simbólicas” e “figura central de pensamento de grande parte do mundo atual” (CONTRERA, 2010, p. 65). Tais modelos literalizantes, essencialmente instrumentais e pragmáticos, conduzem a cognição a verdadeiros becos sem saída, estratégias suicidas que, no caso específico que debatemos neste artigo, conferem uma falsa objetividade – e literalidade – ao universo da convergência. Assim, precisamos prosseguir na complexificação do fenômeno, pois, ao contrário do que se possa imaginar, é no complexo que se encontra a percepção possível desta expressão cultural.

As teorias mudaram. A comunicação mudou. Igualmente, mudou a sociedade, mudou o mercado. Mais ainda: altera-se, em profundidade, nossa concepção de mídia. Nas sociedades midiáticas do século XXI, parece impossível a qualquer comunicador com o mínimo lampejo de consciência acreditar na existência, por exemplo, de conglomerados totalitários que consigam manter uma comunicação manipuladora *ipsis litteris*. O modelo da bola de bilhar, paradigma da comunicação linear, como apontado por Sfez (1994), de fato entrou em delírio. E creio poder afirmar: o modelo que o substitui é justamente o da convergência.

Corroborando esse argumento, o comunicólogo argentino Roberto Igarza (2008) afirma a convergência como a nova utopia tecnológica, cruzando, mais uma vez, as fronteiras da academia e do mercado. Novos modelos de negócios e conceitos específicos de comunicação encontram-se nessa que seria, para Igarza, também uma utopia do compartilhamento e da multidirecionalidade comunicativa. Desenvolvendo tal argumento, Igarza articula convergência e transmedialidade:

La convergencia es un proceso más cultural y transmediático que tecnológico. La cultura de la convergencia es una cultura en la que la circulación de información trasciende los medios, en la que el entretenimiento y la y la fruición son trans-medios. Para disfrutar plenamente de una historia, el usuario ve la película, debate en foros y blogs, juega con los videojuegos y lee los cómics. Recepciona los contenidos y se involucra en intercambios comunicativos utilizando, alternativamente, diversos dispositivos polifuncionales en los que se integran textos, imágenes y audios. (IGARZA, 2008, p. 142-143)

Nesse sentido, a convergência atinge planos culturais, sensíveis e sensoriais, algo na verdade bastante afinado à lógica produtiva pós-moderna, na qual a lógica cultural é o sistema capitalista (JAMESON, 1996). Nos novos cenários de convergência cultural, imperam os sincretismos de linguagens, tecnicidades e audiovisuais. A imbricação e a mescla entre formas, formatos, linguagens e gêneros midiáticos, a produção cultural fundada em hibridações, a reformulação das fronteiras tradicionalmente estabelecidas entre o massivo, o popular e o midiático, entre o hegemônico e o disruptivo, as reconfigurações espaço-temporais, as interações entre os



planos ficcional e documental, as aproximações e negociações entre campo da produção e da recepção, entre arte e ciência, entre academia e mercado são algumas das derivações reflexivas passíveis de problematização. O que converge, como converge e com que impactos são perguntas que alimentam essa ênfase teórica.

Assim, pensar a convergência implica necessariamente o enfrentamento de leituras tecnicistas, da mesma forma que demanda o olhar atento às vinculações entre o campo da comunicação e do consumo. Se a comunicação é a ciência das vinculações, parece-nos oportuno defender que convergir, na acepção dessa ciência, relaciona-se a vincular, muito mais do que simplesmente a conectar.

#### CULTURA DA CONVERGÊNCIA E SOCIEDADE DO ACESSO

SEGUNDO MINHA PROPOSTA, para além da confusão representação/ expressão um novo modelo de agenciamento comunicativo pode ser vislumbrado. Assim, meu objetivo central é discutir como, a partir da comunicação, podemos qualificar a convergência, particularmente por sua clara sincronicidade com o debate em torno da chamada sociedade do acesso, com a hipervalorização dos modelos colaborativos e a defesa quase imperativa de uma cultura do compartilhamento. Iniciar essa discussão, e para que ela se pretenda minimamente pertinente e minimamente universal, requer que se elaborem algumas perguntas, fundadas em minha trajetória como pesquisadora e igualmente na conjuntura a partir da qual falo. A primeira delas é bem simples, e bem complexa, como o são todas as coisas aparentemente simples. Devo inicialmente perguntar o que entendemos por acesso. Acesso a quê? A que tipo de coisas pode-se hoje mais facilmente ter acesso? Quais as outras que têm se tornado

cada vez mais inacessíveis, como o tempo de descanso, a lentidão e o relaxamento, por exemplo?

Reforço também uma segunda ideia, nessa mesma direção: falar em sociedade de acesso significa problematizar o conceito, a natureza e o próprio estatuto da liberdade. Essa sociedade do máximo acesso – e esse é o modelo social que está aí, nos organizando – é também uma sociedade do máximo ciframento. Ou seja, nunca tivemos tanto acesso a bens, serviços, informações e nunca tivemos tanto acesso negado – a lugares, estilos de vida, instâncias decisórias. Cada vez que entramos no computador com uma senha errada, surge ali: acesso negado, senha incorreta. Essa experiência ambivalente regula de fato a nossa vida social, cotidiana: máximo acesso, mas também uma explosão de acessos que nos são negados. Por último, e nesse tópico não vou agora me estender, temos a profunda transformação no conceito de conhecimento.

Dizia o notável pesquisador Edgar Morin (2002), francês por nascimento e brasilianista por acesso, que a primeira globalização que sofreu nossa civilização foi espúria e inesperada: a globalização dos micróbios. Assim se fundou aquilo que chamamos civilização; esse foi o primeiro grande acesso que sofreremos. Se tomarmos Canclini (2005) ou Bauman (1998) como referência, podemos ver que outras globalizações nos foram possíveis por acessos viabilizados que, invariavelmente, resvalaram em um curioso acerto de contas com o mito moderno ancorado na trilogia ordem-pureza-progresso.

Globalizou-se o acesso à informação e, nesse bojo, romperam-se barreiras, e essa é uma palavra-chave para pensar o acesso, para a produção e a promoção de conhecimento legitimado por toda uma rede intelectual contemporânea, até então com poucas chances de visibilidade internacional. Recentemente, ascendemos

a um lugar que se pode tomar como estratégico nas arenas globais. Nós, brasileiros, e por consequência nós, enquanto país emergente no âmbito latino-americano, compomos, hoje, muito estrategicamente, esse lugar da diferença; a força dos diferentes ganhou *status* de operador conceitual relevante. E para falar dessa relevância, talvez se deva retornar à comunicação.

O que significaria o acesso para alguns dos teóricos contemporâneos da comunicação? Falar de acesso significa falar do rompimento de fronteiras. Por exemplo, rompimento das fronteiras entre cultura erudita, cultura popular, cultura massiva; mas também produção de um conhecimento de fronteiras. Rompimento das fronteiras não significa que inexista tensão nesse ultrapassar de limites entre, por exemplo, os espaços públicos e privados. O mesmo se pode dizer do rompimento das fronteiras entre o que chamamos de políticas e o que podemos chamar, depois, de politicidades. Há ainda, como já o citamos, o crescente rompimento das fronteiras rígidas entre o mercado e a academia.

Ainda assim, devemos perguntar: de que acesso falamos? Cada vez mais a problematização do acesso requer um corte qualitativo, sendo esse, a um só tempo, estético e ético, ou socioestético, seria melhor dizer. Se a ética é o que pode aumentar nossa potência de agir, se a estética é o que pode qualificar nossa capacidade de sentir, que o acesso aqui discutido problematize as fronteiras e igualmente as barreiras que ora potencializam e ora fragilizam nossa real possibilidade de ação comum. De comunicação.

O autor brasileiro Peter Pelbart (2000) discute as características e implicações de um capitalismo que tem por principal investimento a busca do acesso à subjetividade de mulheres e homens, e esta é, para ele, a grande mercadoria que está sendo trabalhada por esse

capitalismo dito imaterial. Avaliando a interpretação proposta por Pelbart, vemos que, anteriormente, na gênese da modernidade burguesa mais exatamente, havia um projeto de capitalismo que necessitava se externalizar, construir grandes obras. Temos o exemplo paradigmático de grandes obras da modernidade, como a Torre Eiffel, “display” de uma das Exposições Universais que teve por sede a cidade de Paris. Era um monstro de ferro; hoje o achamos bonito, o cultuamos, mas nem sempre foi assim. Alguns artistas, desagradados com aquela ostentação de um moderno feito de ferro e verticalidade, davam as costas para a Torre Eiffel para não ter de olhar aquele estranho objeto. Hoje o processo é inverso: o capitalismo teria uma fúria de internalização; esse capitalismo hegemônico, digamos assim.

Nesta discussão sobre a qualidade de acesso que buscamos, incidimos em um debate sobre o destino de nossas próprias subjetividades, ou seja, em que dimensão os acessos nos permitem afirmarmo-nos como sujeitos ativos do nosso tempo. Em que medida o acesso à informação nos permite, também, ascender à condição de sujeitos ativos do nosso tempo? Em que medida o acesso ao consumo de determinados produtos, ideias, imagens etc., nos permite ser sujeitos atuantes e produtores de nosso tempo?

É possível que essa seja a grande utopia da sociedade do acesso e da cultura da convergência: permitir que, através dessa multiplicação de acesso, possamos ascender à condição de sujeitos ativos na sociedade em que vivemos, que é uma sociedade, sem sombra de dúvida, centralizada na comunicação e nas práticas de consumo. Não se trata, realmente, de demonizar nenhum desses casos, nem a comunicação midiática nem o mundo produtivo, nada disso, mas pensar na qualidade desse acesso que nos está sendo colocado.

Talvez devamos considerar o acesso em uma dupla composição, em direção parecida à feita por Michel de Certeau (1995), referindo-se a uma dimensão da cultura no singular, dura, fechada, e outra que é plural, múltipla, flexível. Considerando esse cenário mais duro, há que se refletir sobre o lugar do corpo na contemporaneidade. Ele, como diria Gilles Lipovetsky (1989), torna-se “uma pessoa” e, em certo sentido, abrimos mão, um pouco, de usar o nosso próprio corpo como possibilidade de nos orientarmos. A metáfora da orientação é poderosa para entender essa centralidade contemporânea do acesso, porque se pensarmos em um equipamento como o GPS, como símbolo ou sintoma desse processo de mediação técnica em detrimento da experiência imediata dos sentidos, ou seja, como produto dessa necessidade de se orientar com intermediação tecnológica, existem às vezes absurdos decorrentes dessa utilização: orientações equivocadas, pistas erradas que podem ser cegamente seguidas. É muito curioso delegarmos para determinada ferramenta tecnológica essa capacidade de ela nos orientar. Eu seria, então, benjaminiana.

Como diz Walter Benjamin: para saber os caminhos corretos, conhecer um lugar, é muito simples. Mas para perder-se, desorientar-se, é necessário ter muita instrução. Essa é a ideia da “sociedade de acesso no plural” que havia levantado: é uma floresta de caminhos, mas há que ter instrução para poder se orientar ou se perder nela.

Tem sido realizada na cidade de São Paulo uma festa cultural, em espaço público, chamada “Virada Cultural”. A Virada é fenômeno também absolutamente pertinente à discussão que está sendo feita neste artigo. Ela é um grande evento de acesso, uma festa musical no centro de São Paulo e a possibilidade de ter acesso à construção de um interesse comum fundado na diferença e não necessariamente

na convergência de igualdades; acontecimentos assim permitem construir interesses comuns, diálogos pela via da diferença. A Virada é isso; ascender ao centro da cidade, ao qual só se tem acesso em uma situação especial, ter acesso e contato com grupos sociais díspares: é tenso, mas é também produtivo, com força civilizatória. Podemos construir interesses fundados não na planificação das ideias, mas na própria pluralidade, e esse é um acesso bastante produtivo.

Como o GPS diria... “Estou ligada”. Brincando e “falando sério” construímos uma relação possível com esses objetos. No texto chamado “Machines R Us”, do artista e pesquisador Tom Sherman, ele diz que desenvolvemos com os objetos técnicos uma relação afetiva muito grande, uma relação ritualística. Para ele, precisamos desses objetos técnicos não apenas para olhar para fora, mas, o mais interessante, também para olhar para dentro. Nesse sentido, é a materialização de um processo simbólico que havia sido capitaneado pela mídia massiva, quando ela nos oferecia, e ainda faz até hoje, alguns guias midiático-sensológicos que dizem como devemos ter acesso ao nosso próprio corpo, ao corpo do outro, ao corpo da cidade, ao espaço de trabalho. Mas na relação com estes produtos, processos e práticas midiáticas também se localiza o desejo e as possibilidades de reencantamento do mundo.

De fato, para que uma noção possa ser utilizada como conceito é preciso que ela seja qualificada, cuidadosamente utilizada. O conceito mais próximo de experiência que utilizo é o de sensologia. Estou me remetendo, neste caso, a uma ideia cunhada por Mário Perniola (1993) para analisar os riscos da mediatização irrestrita da experiência no mundo contemporâneo. Paul Virilio (1984) também analisa essas lógicas ao defender que o acesso à realidade deveria ser

obtido diretamente através dos sentidos, por ser um acesso à realidade, ao estado das coisas, aos sentimentos, não importa o que seja, que passa por uma susceptibilidade ao erro, aos descomedimentos, à imperfeição, e justamente por estar fundado na irrefutabilidade de nossos enganosos sentidos. A experiência pensada a partir desses conceitos inverte a suposição em uma, de todo modo, fantasiosa capacidade de veracidade ou de total liberdade obtida através do acesso direto a uma dada realidade em curso. Perniola pensa um pouco nesse sentido. Concordando com estes autores, argumentamos neste breve artigo na pertinência de adotarmos, ao pensar na cultura da convergência e na sociedade que a recebe, uma sociedade do acesso, um conceito de experiência que se funda nos sentidos e no plano sensível. Contempla-se, ademais, uma experiência de racionalidade que é permitida, é mediada por um plano estético e, principalmente, estésico, por este universo das variadas, incontestes e imprecisas sensações.

Boa parte das pessoas que se poderia classificar de “excluídas” começa a ter, no Brasil, a possibilidade de se tornarem acessíveis e visíveis, por exemplo, para nós. Há uma inversão da lógica centro-periferia, sem a menor dúvida. Estou falando em termos mundiais, mas também em termos político-culturais brasileiros, por esse dado contextual e conjuntural contemporâneo que inclui uma reconfiguração política e econômica, mas que passa também por essa questão de acesso e consumo tecnológico, por exemplo. Ele só é possível porque vivemos, hoje, esse momento comunicacional que enseja a visibilidade de novas politicidades, que são viabilizadas e ganham real potencialidade sociocultural.