

ENTREVISTA
MUNIZ SODRÉ



A COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA É EPISTEMÓLOGA

O intelectual carioca faz uma prévia do recém-lançado livro A Ciência do Comum e fala também sobre classes sociais, afeto e a formação do jornalista

Por Rafael Grohmann
Fotos José Geraldo de Oliveira

Um dos maiores nomes do campo da Comunicação e das Ciências Humanas no Brasil e na América Latina. Intelectual no sentido forte do termo, Muniz Sodré de Araújo Cabral, consegue transitar entre diversas áreas: cultura popular, educação, televisão, jornalismo e estudos de raça.

Desde o livro *As estratégias sensíveis*, de 2006, tem provocado o campo da comunicação a pensar de forma complexa a questão do “afeto”. Para ele, é o afeto que nos dá a pré-compreensão do mundo e que ninguém morre somente por ideias. Depois, lançou em 2009 o livro *A narração do fato*, sobre o jornalismo, e em 2012, *Reiventando a educação*.

Nesse mesmo ano, foi homenageado em várias universidades brasileiras por causa de seu septuagenário. Agora, aos 73 anos, acaba de lançar seu novo livro: *A ciência do comum: notas sobre o método comunicacional*, que chegou às livrarias em dezembro de 2014.

Quem o lê se impacta da mesma forma que quem assistiu a alguma de suas recentes palestras: admiração e espanto. Um bom espanto, diria, tocando em pontos polêmicos e necessários. Muniz Sodré está no melhor de sua forma, sem medo de dizer o que pensa, o que pode ser notado nessa entrevista.

Em *A ciência do comum*, está mais inteligível do que em *Antropológica do Espelho*, mas não menos complexo. O autor procura contribuir para o debate epistemológico e metodológico do campo da comunicação, ao colocar a comunicação como uma ciência pós-disciplinar. O que é afinal, pensar a comunicação nesse tempo do “novo bios midiático”?

Para ele, a comunicação eletrô-

nica é, ela própria epistemóloga. O que interessa à comunicação é estudar os vínculos, as relações.

Muniz Sodré põe o dedo da ferida ao mostrar a ainda atualidade das teorias funcionalistas da comunicação e falar da financeirização da comunicação. Para ele, a comunicação é peça central nos processos atuais do chamado “turbocapitalismo”, como ideologia que move um novo tipo de forma de trabalho.

Esse baiano de fala mansa seja em russo, alemão, francês ou iorubá recebeu a **PARÁFRAGO** no intervalo do 5º Seminário Teorias da Comunicação: Quinta Essencial – Pensadores da Comunicação ocorrido na Faculdade Cásper Líbero, onde conversou sobre financeirização da comunicação, classes sociais, afeto e a formação do jornalista. Leia agora os principais pontos dessa entrevista.

PARÁGRAFO *Eu queria perguntar sobre algo que o senhor tem escrito em seus últimos artigos, como “Comunicação: uma ciência em apuros”, da revista Matrizes, e que está presente no seu novo livro, A ciência do comum”. Gostaria de saber como o senhor relaciona o ainda predomínio hoje das teorias funcionalistas na comunicação ou qual a atualidade desse pensamento dominante. Como relacionar isso à financeirização da comunicação?*

MUNIZ SODRÉ Primeiro eu acho que essas teorias funcionalistas deslancharam a questão da comunicação nos anos 1940 e foram incorporadas não só por americanos, mas também por franceses, alemães e pela América Latina inteira. Eu acredito nisso. Mas é preciso dizer que, mesmo nos Estados Unidos, isso não foi unanimidade com relação a essas

teorias. Eu sei da escola de Palo Alto e do pensamento de Bateson e vários outros pensadores que pensaram na comunicação de um modo melhor. Mas o funcionalismo, portanto, a escola da sociologia da comunicação em massa americana serviu à indústria da mesma forma que serviu ao governo e atendeu à demanda de pesquisa sobre o conhecimento dos públicos. Só que eu acho que isso passou. Eu acho que a era da comunicação de massa acabou. Eu acho que essa era passou. E de certo modo foi a internet e a comunicação eletrônica, o acabamento da comunicação eletrônica na internet que sepultou isso.

É preciso repensar a comunicação? Acho que a comunicação eletrônica, ela própria é uma epistemóloga, é uma máquina epistemológica também, que nos leva a pensar a comunicação de outra maneira. Não mais como um paradigma funcionalista de emissor que provoca efeitos e esses efeitos são analisados, mas antes a comunicação como organização das relações sociais.

Por que? Houve alterações no modo de produção capitalista. O turbo-capitalismo hoje é predominantemente financeiro. Não é que o industrialismo tenha acabado, senão não estaríamos vestindo roupas, comendo. Mas não é mais a dominância ideológica. A dominância ideológica são as finanças, no mundo inteiro. Mesmo com a crise financeira americana, as finanças continuam. Duas coisas fortes no Brasil, o agronegócio e as finanças. Mas é um pouco no mundo inteiro, com diferenças de grau. É menor na Alemanha, na China onde o industrialismo ainda tem muita vez. Ora, então a financeirização do mundo,

que é muito estudada por Marx, não com esse nome, mas com o nome de “capital fictício”, no terceiro volume d’*O Capital*. Essa financeirização tem características intrínsecas: são as características da comunicação tal como se pratica hoje, com a dissolução de barreiras, a liquefação do mundo. Daí aparecem metáforas que geram livros como os de Bauman sobre a modernidade líquida ou a reatualização da frase de Marx lá no Manifesto do Partido Comunista de que “Tudo que é sólido se desmancha no ar”. Esses desmanches das substâncias sólidas no ar, essa flexibilidade das pessoas, dos comportamentos, dos comportamentos de gênero, por exemplo, vão dissolvendo suas barreiras rígidas. Todo esse movimento dos homossexuais, das mulheres no mercado de trabalho é novo, inclusive no jornalismo, da metade do século XX pra cá. Não que a mulher não trabalhasse antes, mas não tinha essa coisa massiva. Essa flexibilização de barreiras e das dicotomias rígidas, como masculino-feminino, capital-trabalho, o que mais for, é homólogo e isomórfico à financeirização. Portanto, eu penso nessas transformações como resultados de uma homologia. Quero dizer, não é que o modo de produção econômico, o capitalismo, determine mecanicamente as nossas condutas, a vida e a mídia. Nem

Marx pensava assim. Mas há uma homologia, uma analogia de semelhança, de espírito entre o que ocorre na economia, na política e na vida. É como se o tempo, ou, no argumento hegeliano, se tivesse um espírito, há um espírito do tempo, e esse espírito é da ordem da flexibilidade, da liquefação. É aí que eu vejo a comunicação, eu vejo a comunicação e a informação como um biombo ideológico da financeirização.

Nesse mundo em transformação ainda faz sentido pensar o tema da classe social na comunicação?

Totalmente. Eu acho que o tema de classe, no meu entender, é mais atual do que nunca. Só que as classes são menos visíveis. E esse é um dos efeitos do turbo-capitalismo, é tornar menos visíveis essas dicotomias rígidas. Os pobres, vivem um sentimento de desclassificação. Desclassificação é o seguinte: o sentimento de que não pertence à nenhuma classe social definida, subalterna, porque por meio do consumo, da aquisição, dos objetos, das roupas, ele transita imaginariamente, para outra classe social. Então, as classes sociais continuam. Mas as posições de classe são mais móveis, transitam mais do que a própria situação de classe. Então é preciso fazer uma diferença bem marxiana, entre situação de classe e posição de classe. Eu posso estar em uma situação de classe social subalterna e me comportar como uma posição de classe média alta. Isso ocorre

no Brasil. O problema disso é a ilusão de ascensão, de que a passagem de classe se dá por moradia plena, saúde, educação... Isso não tem. O consumo faz transitar imaginariamente para outra classe. Mas as classes sociais, ao meu entender, continuam.

Nesse mundo marcado pela financeirização, como o senhor vê hoje o papel do pesquisador em comunicação na ciência brasileira pensando no país como um todo, no valor social e político da ciência? Eu acho que não é questão de constituir uma disciplina, nem uma ciência rígida, mas eu acho que existe uma ciência da comunicação e ela é pouco pensada. O que acontece? Acontece com a comunicação uma coisa que aconteceu com a antropologia no início. A antropologia tem uma diversidade de temas que você não sabe exatamente quem é o antropólogo. Ele não é só o cara que vai ouvir índio, é um método que não tem unidade. As pessoas fazem coisas muito diversas e, claro, recorrem sempre a metodólogos ou a métodos como Turner e a questão dos rituais. Ao Lévi-Strauss já não se recorre mais, que foi muito citado nos anos 1970 e 1980. São antropologias portanto, no plural. Você poderia dizer que são comunicações, mas aí o termo é confuso, pois o campo é enorme. E essa dispersão, se é uma virtude do campo, é uma virtude que ameaça muito as ciências sociais, a sociologia (a própria antropologia)

Há um espírito do tempo, e esse espírito é da ordem da flexibilidade e da liquefação”



logia não dá muita bola), a psicologia. A comunicação é invasiva, mas isso tem um problema por outro lado: a própria respeitabilidade do campo. Nesses institutos de ciências sociais, você tem um antropólogo, um psicólogo, um sociólogo. Mas não tem um, eu não diria um comunicólogo, mas não tem alguém da área da comunicação, pois o campo também se fechou. Ele é extenso, mas também se fechou. E ele examina exaustivamente tudo, não há nada que você possa pensar que não possa colocar sobre a égide da comunicação, pois a comunicação é, no fundo, uma perspectiva. É uma “cor especial” que você põe em cima do objeto. Por exemplo, você tem um livro de psicanálise. A cor verde é Freud, a cor vermelha é Jung. Se eu jogo a cor vermelha sobre o livro, ele passa de freudiano para jungiano. A comunicação é uma perspectivação, é um “botar as coisas em perspectiva”. Que perspectiva é essa? Como

é que o comum – e esse pra mim é objeto da comunicação – como é que se constrói o comum, em vários níveis. Eu ponho o vínculo e a vinculação em um nível originário da comunicação. Trata-se do laço coesivo social, o vínculo social que não passa necessariamente por mídia, embora a mídia possa estar presente na influência desse vínculo. Então, como o vínculo passa pelo seu corpo, sua família, as relações amorosas, as relações comunitárias, as relações também de culturas que não são hegemônicas e dominantes, e que estão presentes no território e que eu chamo de cultura de arché. Um dos meus trabalhos é nesse sentido, de cultura negra. Então, primeiro a vinculação, eu acho essa dimensão muito importante. Depois, é o nível da relação social, que são as relações secundárias, rearranjadas e fabricadas por mídia, aí é o nível dos estudos de mídia, da economia interna da comunicação (eu digo

interna porque essa economia de informação é economia interna). E depois, o que eu chamo de metacrítica, uma crítica de natureza filosófica, de natureza reflexiva filosófica da comunicação, pois, pra mim, a comunicação sugere uma nova filosofia, uma nova maneira de pensar o homem nesse novo tipo de sociedade arranjado pelo turbo-capitalismo. Um pouco como ocorreu na Grécia quando surge a filosofia pra pensar o novo homem grego: filosofia com educação. Precisa educar o homem grego para transformação da sociedade grega, passando pelo período micênico, pela realeza e chegando à democracia. É nessa passagem que surge a filosofia. Filosofia, portanto, é um instrumento de educação, de combate. A filosofia hoje é acadêmica, é tudo menos combate. É especulação, um jogo de xadrez. É bonita, necessária, mas é um jogo de xadrez. Às vezes, é um modo de distinção de classe social. Fulano

se diz filósofo, o que é um pouco ridículo dizer isso assim, como se a carteira de trabalho, de profissão, tivesse filosofia no rol de profissões. Filosofia é o que você faz quando pensa, e claro, você pode dar uma dominância a isso, ser professor de filosofia. Mas a filosofia como essa distinção de espírito eu não acredito não. Todos os grandes filósofos pensaram, embora de modo inatual, não colada à história em movimento, pensaram a sua sociedade, o seu tempo.

*No livro **As Estratégias Sensíveis, o senhor fala da importância de estudar o afeto na comunicação, como podemos compreendê-lo sem ser reapropriado de uma maneira simplista, como muitas vezes a gente acaba vendo. Como o senhor vê a complexidade do afeto na comunicação?*** Eu penso o afeto como a condição originária do vínculo. Esse afeto não é o amor. O amor pode estar contido nisso. Esse afeto são as relações intersubjetivas, as relações sociais, são as relações humanas presididas por aquilo que Heidegger chama de *Befindlichkeit*, onde estão as *Stimmung*, que são as tonalidades afetivas. Heidegger não usa em nenhum dos seus textos a palavra amor. Isso é curioso, embora estivesse num momento em que esteve apaixonado ou pelo menos objeto da paixão de Hannah Arendt, que foi um caso

tórrido, e ela foi apaixonada por ele pela vida toda. Mas ele não usa a palavra amor. Quem usa a palavra amor é Scheler. Mas amor até pode ser, mas no sentido amplo, pois a palavra amor já está muito comprometida com a questão da relação amorosa, com o cristianismo. E não é amor nesse sentido, é o envolvimento da presença do homem por relações de proximidade onde entra o psiquismo, a avaliação estética do mundo, estaria como proximidade. Isso é originário, na verdade, isso preexiste a dominância dos signos e da linguagem. Nós nos juntamos socialmente primeiro por relações de coexistência, de proximidade. Isso aí é afeto. Estar simplesmente junto ainda que se odeie. Estar junto e brigar com quem não quer estar junto e fazer guerra. Essa relação, mesmo de força, ainda é afeto. Isso significa que afeto é tudo o que escapa à racionalidade instrumentalizada pelo signo, pela palavra. Ora, isso aí é originário. É o afeto que nos dá a pré-compreensão do mundo. Nós só compreendemos depois de uma pré-compreensão, ou seja, aquilo que avaliamos instintivamente, aquilo estabelecemos o vínculo e, se você prestar bem atenção, isso é originário, mas também é secundário no sentido de que todas as relações humanas essenciais envolve essa pré-compreensão, envolve isso que estou chamando de tonalidades afetivas. Eu estudei Marx, e estudo, porque sonhava,

pensava que devia transformar as relações de explorações, relações capitalistas. E antes de você conhecer mesmo Marx, é esse sentimento que lhe leva a querer entender isso. Quem morre realmente por ideias? Ninguém morre por ideias. O sujeito morre por afeto, você briga por afeto. É isso que te faz ir na direção da morte, da guerra. Hoje ninguém mais faz isso, pois ninguém mais é bobo de morrer por pátria, mas estão se matando aí, todas essas religiões fundamentalistas que surgem. É afeto. Tem uma razão aquilo, tem um retrocesso do ponto de vista. Lógico, é uma barbárie, é um retrocesso, mas as pessoas catalisam as massas com isso.

Com o que? Não é nem com Deus mais, é com o afeto magnético pelo pastor. Então, eu acho que a mídia eletrônica é isso. Portanto, por a exemplo, é um erro avaliar televisão pelos conteúdos e ver somente como rebaixamento. Existe o rebaixamento como regra, mas o rebaixamento retórico: o bathos, que é a figura de rebaixar um conteúdo complexo para poder pegar um público mais amplo, eu acho que é a jogada da televisão, por exemplo. Mas eu não posso julgar essa captação de gente, essa fascinação, simplesmente por um rebaixamento de conteúdo, pois aí eu estou dando a determinação na alta cultura, no livro. É preciso ver a lógica do afeto, e o porquê do êxito da televisão até



Quem morre realmente por ideias?

Ninguém morre por ideias.

O sujeito morre por afeto. É isso que faz ir na direção da morte, da guerra”

hoje e agora das redes sociais, que no fundo é uma ampliação expressiva da televisão.. O que está presente em tudo isso? A conexão afetiva. A conexão da televisão, e agora, a conexão das redes. As pessoas não dizem coisas realmente importantes nessas redes sociais, é o falatório heideggeriano, é a fofoca. A conexão é forte. As pessoas ficam viciadas. Qual o motivo das pessoas estarem há dois milhões de anos transando e fazendo filho? É pelo êxtase da conexão. Não tem outra explicação! Conectar-se é ótimo e em vários níveis. Quando você entra na rede, é o êxtase da conexão, é a rede extática. Há uma hipótese de alienação, mas nós vivemos a alienação em vários outros planos, e nós também coexistimos com ela. A verdade é que sabemos pouco ainda da rede como mídia nova, pois só fomos saber alguma coisa da televisão 40 anos depois. Um médium desse leva muito tempo pra você entender, compreender... E nós estamos começando a entender a rede e há erros enormes.

Como assim? Tem gente, como Castells, que pensa que as pessoas vão à rua apenas porque a mídia chamou. Não, as pessoas podem falar porque as redes sociais chamaram, mas quando ele vai para a rua manifestar, teme outra coisa aí, um outro tipo de afeto, forte. Ele pode não saber o motivo, como as manifestações de 2013 no Brasil. Vários alunos meus não sabiam realmente quais eram os motivos de estarem ali, mas aquilo ali era gozoso. Estar na rua, na companhia das meninas, todos juntos. Isso é forte. Qual o motivo que as pessoas, no interior, às vezes entravam em células do Partido Comunista? Para fazer revolução? Ora, isso é secundário. As companheiras estavam ali. É

verdade! Elas eram sempre mais livres do que as burguesinhas. É preciso repensar essas relações e ver as coisas essenciais que movimentam e que a rede amplia, mas não extermina o real histórico nem as pulsões no corpo, que são viciantes, pois todo êxtase é viciante. Por isso, digo que toda a comunicação eletrônica, a internet, é, ela própria, epistemóloga, pois nós estamos em uma fase de diálogo com as máquinas e esse diálogo não é alienante, é uma outra forma. A máquina hoje é sujeito social também, desde o sinal de trânsito à televisão, ao computador. Nós entramos num diálogo real com as máquinas, com esse negócio de se fotografar o tempo inteiro, mandar mensagens. Eu detesto o telefone, mas você me viu consultar várias vezes aqui para ver se tem mensagem da minha mulher, pois, se eu não respondo, ela acha estranho. Então, eu fico sempre vendo e tentando responder. Você entra, queira ou não. Eu detesto, eu não gosto de telefone, mas eu estou com o celular aqui. Não adianta você não ter televisão, alguém dizer que não tem televisão em sua casa, mas a televisão o tem. Quanto menos você tem, mais a televisão tem, porque em algumas relações sociais se fala disso até de fora dela. A mesma coisa acontece com esses dispositivos. Então, queira ou não, nós estamos habitando hoje um outro espaço, um outro solo social que é feito de bytes, de impulsos, de sinais e não podemos mais pensar nisso com os mesmos instrumentos com que pensávamos a comunicação nos anos 1970 e 1980 ou com que pensamos o livro. Eu acho que são coisas diferentes e essas coisas não matam as anteriores, mas coexistem. O livro é uma coisa, a televisão é outra e a rede é outris-

sima, demanda uma outra lógica. É isso que eu chamo de lógica do sensível, do estímulo, das relações de tonalidade que entram no jogo.

No livro *Reinventando a Educação o senhor critica esse modelo de educação neoliberal e propõe uma educação a partir dos vínculos e das relações. A partir disso como podemos enxergar as diretrizes curriculares nacionais do curso de jornalismo e a formação do jornalista?* Eu acho uma imensa besteira. É uma tentativa de salvar o morto, de salvar o moribundo. Jornalismo como está, pra mim é moribundo, está morrendo, mas os velhos jornalistas e os que se formaram antes, tentam salvar isso pela qualidade. Tem alguns “tarados”, não vou dar nomes, mas tem gente “tarada” que já não pratica, já não faz mais jornalismo, mas vive naquilo, na ilusão, de que aquilo é um resgate da História.

Como em *Meia noite em Paris de Woody Allen?* Exatamente! De repente, está em outro tempo, conversando com o Hemingway. Ele já morreu, mas está conversando com o Hemingway. Isso existe, e tem pessoas do meu tempo de redação, que dão aula, e que são assim. Só que esse jornalismo, do “one man show” não existe mais. Mas não acabou o jornalismo, acabou esse tipo de jornalismo. Ele se elitizou. Vão sobrar alguns jornais aí, o *New York Times*, *Washington Post*, mas mesmo assim são comprados por conglomerados, de finanças. Mudou. E mudou a relação de propriedade de um jornal. E é importante realmente, formar pessoas que veem e entendam o jornalismo como a historiografia do cotidiano, que deem uma dimensão que se aproxime, às vezes, do discurso



“

É preciso repensar essas relações e ver as coisas essenciais que movimentam e que a rede amplia, mas não extermina o real histórico nem as pulsões no corpo, que são viciantes. Todo êxtase é viciante”

das ciências sociais, como, por exemplo, o *Le Monde Diplomatique*, que é um desses modelos. Esse jornalismo é importante, é um modelo. Mas ele não precisa, na verdade, de nenhuma ciência para isso. Não existe um requisito da ciência do jornalismo para que se faça. Existe formação. E essa formação, eu acho que, pode sim, ser feita fora da escola de comunicação. Um geógrafo pode ser jornalista. Só que os cursos de comunicação têm uma especificidade de estudo desse novo tipo de relação social que emergiu, e uma das práticas possíveis disso é o jornalismo. Então, para mim, o jornalismo é uma prática logotécnica dentro do vasto campo da comunicação. É uma prática logotécnica como é a publicidade, as relações públicas, as assessorias. Só que o empuxo ideológico do jornalismo, que vê o 2o Artigo da *Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão*, que é defender a expressão pública, continua valendo porque continuam matando jornalistas no mundo inteiro. É uma profissão de risco quando o sujeito denuncia a coisa, isso deu o prestígio ao jornalismo, que é denunciar e expor os segredos de Estado, os segredos do poder.

Isso continua para o jornalista? Isso não morreu. O jornalista continua sendo importante nisso. Portanto, esse mediador, se chame jornalista ou dê o nome que quiser, com um olhar crítico para o poder, continua. Mas isso não faz dessa atividade uma episteme, é uma prática. É uma prática difícil, porque os proprietários de jornais são empresas privadas. E cada vez mais estão passando de famílias, um capitalismo patrimonialista, para as altas finanças, estão comprando jornais. O jornalista se tornou um empregado disso. Ele

tem toda essa conversa de resgate quando está fora do jornal. Dentro é ainda pior, porque se torna um *yes man*, reacionário porque sabe fazer aquela pequena coisa, e odeia o discurso reflexivo. Vem com aquela história de que “quem faz não fala” ou “quem fala não faz”, que é mentira. Porque falar é fazer alguma coisa com palavras. Isso é a comunicação que nos diz, que ensina, que toda fala, todo discurso é um fazer. A fala, o signo é um instrumento. Então, eu acho que essa coisa estreita da formação jornalística voltada apenas para a empresa jornalística resulta em indivíduos reacionários. Você vê, hoje, no Brasil, que têm uns três ou quatro jornalistas que destoam, e aí sempre são de esquerda. Eu cito o Élio Gaspari, que foi um grande jornalista. O Dines não está mais dentro de jornal. Esse eu cito até com um pudor porque é meu amigo, mas é um cara que fundou o *Observatório da Imprensa*, se preocupa com essa reflexão da imprensa. De um modo geral.

E o resto? São empregados competentes, tem competência técnica, mas empregados de dono de jornal, de televisão, e reacionários, porque precisam manter o emprego. Os salários são altos para chefias. Eu conheço vários. Alguns deles foram meus alunos, se tornaram reacionários, votam no Aécio, entendeu? **[risos]**. Então, o que eu queria dizer do jornalismo é isso. Eu acho estreito, mas concordo que é necessário, digamos, formar gente de qualidade. Mas eu me dou conta que, depois de muitos anos dando aula de comunicação, os jovens que saem das escolas são muito melhores do que os velhos jornalistas.

Por que? Leem mais livros, têm um outro tipo de abertura, por-

tanto, de tonalidade afetiva para essas mudanças que ocorrem, enquanto que os mais velhos, que se consideram às vezes muito abertos, ou muito de esquerda, porque simplesmente estão agarrados ao Marx que eles não entenderam, ou no melhor dos casos, que o entenderam mal. Então, eu acho que é uma mentira que eles não saem formados para redação. Em três meses, esses sujeitos se adaptam e já são melhores do que os mais velhos. Os mais velhos sentem isso e se defendem. Eu vejo isso, eu fui de redação. E tenta pegar no pé porque o sujeito escreveu as vezes “distorção” com um “esse”, uma besteira dessas. “Olha aí! Olha aí! Como as escolas ‘pegaram’ esse garoto? Não sabe escrever!”. Mentira, é erro que qualquer pessoa pode cometer ali. Esse é o ambiente de redação. O jornalismo, tal como ele é praticado hoje, é antitético à educação. O jornalista não gosta do educador. No ambiente da redação, ele não gosta. Fala do educador porque não pode deixar de falar, mas na prática não gosta. São duas interpelações ideológicas, que concorrem: a informação versus a educação. A informação não é a mesma coisa que a educação. Então, são duas interpelações ideológicas diferentes. Então, na prática, dá uma espécie de raiva, “Professor, o que esse cara está falando? O senhor poderia falar mais claro?” E, às vezes, a obscuridade é aquele retardamento de que você precisou parar para pensar um pouco, né? Às vezes, é exatamente no obscuro, de uma fala que te faz parar para pensar: “O quê que é isso aqui? Eu tenho que refletir!”. Essa transparência absoluta do discurso jornalístico é a transparência, às vezes, dos abismos gelados, transparentes: você mergulha e não volta. **[P]**

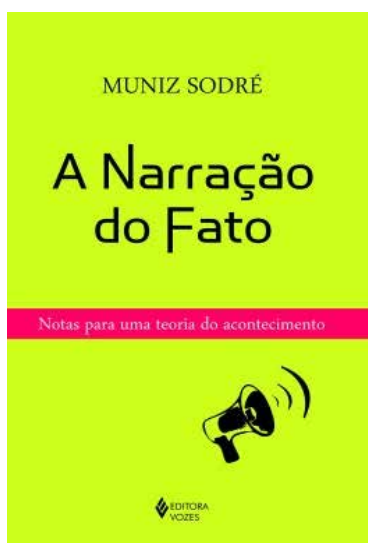


A ciência do comum- notas para o método comunicacional
Vozes, 2014.

Muniz Sodré subscreve o pensamento de que velocidade não é hoje mero fenômeno físico, mas uma transformadora relação entre os fenômenos, que tem na aceleração o valor maior do socius contemporâneo. Em seu centro, posiciona-se a comunicação instantânea, simultânea e global que refaz virtualmente a geografia do planeta, deslocando os sujeitos e os objetos de seus lugares tradicionais, desestabilizando as interações humanas e demandando formas novas de inteligibilidade.



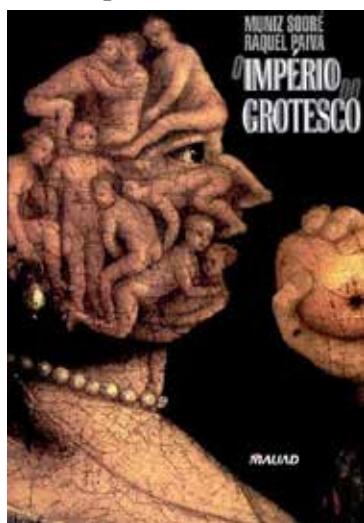
Antropológica do Espelho. Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede. Petrópolis, RJ:Vozes, 2002, 270p.



A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, 287p.



O Monopólio da Fala. Função e Linguagem da Televisão no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009, 155p.



O império do grotesco. SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Rio de Janeiro: MAUD, 2002, 155p.



Reinventando a Cultura. A Comunicação e Seus Produtos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001 p.180.



Reinventando a Educação . Diversidade, Descolonização e Redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. 2ª edição. 280p.