



Revista de Políticas Públicas
ISSN: 2178-2865
revistapoliticaspublicas@ufma.com
Universidade Federal do Maranhão
Brasil

Ferreira Araújo, Ed Wilson
MUTAÇÕES NA COMUNICAÇÃO: velhos atores, novas
técnicas e as perspectivas de democratização no Brasil
Revista de Políticas Públicas, vol. 22, Esp., 2018, pp. 159-186
Universidade Federal do Maranhão
São Luís, Brasil

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321158844007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



MUTAÇÕES NA COMUNICAÇÃO: velhos atores, novas técnicas e as perspectivas de democratização no Brasil

Ed Wilson Ferreira Araújo¹

Resumo

As relações entre Estado, mercado e comunicação compõem o núcleo deste artigo. Seu objetivo é analisar a participação dos conglomerados de mídia no foco da acumulação capitalista contemporânea. Adota-se o método dialético para explorar o conflito entre dominação e resistência, avanços e recuos na movimentação de forças e projetos políticos que interferem na formulação de diretrizes no campo da comunicação no Brasil. Por meio de revisão bibliográfica e documental, toma-se como referência a Economia Política da Comunicação, formulações de Gramsci e Estudos Culturais latino-americanos. O diálogo entre essas vertentes permite situar a comunicação no foco da reprodução, mas aponta caminhos para a democratização, tomando como marco temporal as práticas de comunicação sindical e alternativa na Ditadura Militar e as suas ressignificações na transição entre os meios de comunicação analógicos e digitais.

Palavras-chave: Estado, mercado, comunicação, democracia, cultura.

MUTATIONS IN COMMUNICATION: old actors, new techniques and perspectives of democratization in Brazil

Abstract

Relations between state, market and communication form the core of this article. Its purpose is to analyze the participation of media conglomerates in the fo-

¹ Graduado em Jornalismo, Doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: blogdoedwilson@gmail.com / Universidade Federal do Maranhão - UFMA: Av. dos Portugueses, 1966, Bacanga - São Luís - MA. CEP 65080-805

cus of contemporary capitalist accumulation. The dialectical method is used to explore the conflict between domination and resistance, advances and retreats in the movement of forces and political projects that interfere in the formulation of directives in the field of communication in Brazil. Through a bibliographical and documentary review, the Political Economy of Communication, Gramsci's formulations and Latin American Cultural Studies are taken as references. The dialogue between these aspects allows us to place communication in the focus of reproduction, but points to democratization, taking as a time frame the practices of trade union and alternative communication in the Military District and its re-significances in the transition between analog and digital media.

Key words: State, market, communication, democracy, culture.

1 INTRODUÇÃO

Entender o papel dos meios de comunicação na contemporaneidade é um desafio para estudos em vários campos do conhecimento. Marcado pela expressiva oferta de redes, dispositivos tecnológicos e novas possibilidades de produção, distribuição e consumo dos bens simbólicos, o cenário da comunicação no século XXI confronta a perspectiva democratizante e o controle dos meios por grupos político-empresariais vinculados ao projeto de manutenção e reprodução do capital.

As pulsações democráticas na comunicação e a emergência de uma cultura participativa nas redes digitais, fora do controle privado e estatal dos meios, apontam um horizonte de tensionamento do modelo concentrador. Há, portanto, um embate entre aquilo que permanece (a concentração dos meios) e o horizonte de possibilidades aberto com a múltipla oferta de novas plataformas, principalmente na internet, que permitem a profusão de conteúdos e a disputa de opinião no espaço público. Esse embate passa necessariamente pela interferência do Estado e do mercado na sociabilidade contemporânea.

No artigo faço uma revisão bibliográfica sobre as mutações na comunicação a partir de três referências teóricas necessárias à abordagem acima delineada: a Economia Política da Comunicação (EPC)¹, definida por “[...] um construto teórico-metodológico estruturador do pensamento crítico, desenvolvido a partir do legado de Marx.” (BRITTOS; BOLAÑO; ROSA, 2010, p. 1); as formulações de Antonio Gramsci (2001) sobre cultura; e os Estudos Culturais (MARTÍN-BARBERO, 2009) latino-americanos. Sob a inspiração da EPC enquadro a organização das corporações de comunicação as-

sociada à acumulação capitalista, analisando o processo de concentração empresarial à luz do impacto global das telecomunicações no controle das infovias, na produção e distribuição dos bens culturais difundidos nos jornais, rádio, televisão e internet em escala global. As formulações gramscianas e os Estudos Culturais latino-americanos apontam caminhos a percorrer no processo de tensionamento do controle e concentração dos meios.

Visando manter a ordem lógica do texto, apresento inicialmente as bases conceituais sobre Estado e mercado como balizadores do diálogo entre as instâncias política e econômica, articuladas aos conglomerados de comunicação. A seguir, amplio o entendimento sobre esses conceitos à luz das reconfigurações no modo de produção capitalista, analisando como as interfaces entre Estado e mercado estão relacionadas ao desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, à reprodução do capital, acumulação de riqueza e concentração de poder.

Na problematização da perspectiva reprodutivista, exponho as contribuições dos Estudos Culturais latino-americanos sobre as pulsações emancipatórias historicamente demarcadas pelas aspirações e práticas de comunicação dos setores dominados. Encadeado à pegada de Martín-Barbero (2009), aponto as alternativas de comunicação e expressão durante a ditadura militar no Brasil e as ressignificações do processo de resistência materializado na imprensa sindical e alternativa, teatro, música, literatura e afins, germinando um movimento organizado para debater e formular diretrizes para a democratização da comunicação. Objetivo, portanto, fazer uma discussão teórica sobre dois polos de produção e difusão de conteúdos que disputam poder na sociedade civil: a concentração dos meios e as práticas culturais e usos da comunicação na perspectiva emancipatória.

O artigo está organizado em três grandes tópicos. O primeiro, Estado, mercado e comunicação, conforme já explicitado. O segundo A cultura no jogo de forças político-econômico insere as aproximações entre Antonio Gramsci e os Estudos Culturais para construir a ponte teórica ao terceiro item, Outra comunicação possível, no qual apresento os avanços e recuos, os desafios, as possibilidades e os entraves de ordem jurídica e política para a formulação de diretrizes democráticas de comunicação no Brasil, tema retomado na conclusão do texto.

2 ESTADO, MERCADO E COMUNICAÇÃO

Os conceitos de Estado e mercado são balizadores para indicar as principais referências da constituição humana em sociedade, ou seja, como o indivíduo relaciona-se às instâncias política e econômica e organiza os modos de ser e viver. A partir dessas duas instâncias - Estado e mercado - articulo o pensamento de Gramsci (2001) aos Estudos Culturais latino-americanos (MARTÍN-BARBERO, 2009) e suas respectivas construções teóricas relacionadas aos processos de produção, circulação e consumo, no âmbito da comunicação.

Embora *O leviatã* seja a obra mais conhecida de Thomas Hobbes (1588 - 1679), o autor discorre apropriadamente sobre a criação do Estado civil em *Do cidadão*, escrito em latim e publicado na França, em 1642, atento a um leitor europeu mais qualificado, capaz de repercuti-lo na elite intelectual. As duas obras dialogam e recorrem ao conceito de estado de natureza para caracterizar uma situação na qual o homem está dominado pelas suas paixões (ganância, medo, ódio, amor, liberdade exacerbada, inveja, força), submetido à vontade arbitrária e irracional e guiado pela conduta instintiva e animal. Nessa condição, o homem busca a satisfação imediata das suas necessidades, de maneira egoísta e individual.

No estado de natureza vigora a desagregação. Todas as pessoas são livres para agir sem regras nem controle. Em tradução mais direta, o estado de natureza é a guerra de todos contra todos. Hobbes (1998) utiliza a máxima do escritor latino Tito Plauto - o homem é o lobo do homem - para caracterizar o instinto predador, no qual todos têm direito a tudo. O estado de natureza é, portanto, um estágio anterior à entrada do homem na comunidade política. Vivendo sob o predomínio da insegurança e da angústia, regidos pela força, todos os homens são iguais no estado de natureza. Mas, essa igualdade é perigosa e provoca medo. Imerso no território das paixões, o homem exacerbadamente livre vê-se diante da ausência de laços políticos, de estabilidade e segurança. Segundo Hobbes (1998), o estado de natureza é autodestrutivo e inviável para a vivência em sociedade. Diante do medo e da insegurança, o homem manifesta o desejo de superar essa condição. Para isso, abdica do direito a todas as coisas, atenua as paixões desenfreadas e controla a liberdade exacerbada.

A superação do estado de natureza ocorre através do pacto, pelo qual o homem renuncia à liberdade individual em função de segurança e estabilidade no convívio em sociedade. Para assegurar

a paz e a segurança, cada homem renuncia ao direito absoluto sobre todas as coisas em favor do soberano, senhor absoluto e doravante donatário dos poderes individuais. O processo de transição do estado de natureza para o Estado civil dá-se pela transmissão de poderes ao soberano, por meio do pacto, instituindo a comunidade política, as leis, a garantia de direitos e deveres. A razão passa a guiar o processo através do qual, no pacto, o homem renuncia à sua liberdade individual para submeter-se ao soberano. Eis o nascimento da autoridade política.

Para Hobbes (1998), a figura do soberano é central no processo de instituição da comunidade política. Donatário da administração dos conflitos, o Estado civil é construído mediante a promessa de garantir segurança e estabilidade aos súditos, que renunciam à sua liberdade individual e transferem seus poderes ao mandatário. A proteção dos súditos e a instituição do direito são dois argumentos centrais no pensamento de Hobbes (1998) para a formação da comunidade política, sob o monopólio da força pertencente ao soberano. São essas, em linhas gerais, as bases do pacto que garante a superação do estado de natureza e o estabelecimento do Estado civil.

Na Contribuição à crítica da economia política, Marx (1977) parte do conceito de mercadoria para analisar o processo de constituição do capital. Se a contribuição de Hobbes (1998) trouxe à luz a superação do estado de natureza e o estabelecimento do Estado civil, mediante a figura do soberano, Marx (1977) evidencia o progresso das forças produtivas e das relações de produção para situar os indivíduos em outra forma de interação social – o mercado. Em suas ações para dominar a natureza e apropriar-se do mundo, o homem desenvolve diversas habilidades necessárias à sobrevivência. Entre elas, destacam-se a produção e a troca de mercadorias. O ambiente da troca é a teia constitutiva da circulação, onde os indivíduos integram-se na condição de proprietários de mercadorias, dotadas de valor de uso (meio de subsistência) e valor de troca: “[...] assim expresso como equivalência geral e ao mesmo tempo como grau desta equivalência em relação a uma mercadoria específica, ou expresso ainda numa só equação ligando as mercadorias a uma mercadoria específica, é o preço.” (MARX, 1977, p. 73, grifo do autor).

No interior do processo de circulação, o preço é a forma metamorfoseada do valor de troca. Este, por sua vez, é determinado, também, pelo tempo de trabalho contido na produção das mercadorias.

Os indivíduos encontram-se no contexto da circulação, onde ocorre a troca de mercadorias, não mais tomadas isoladamente como valor de uso, mas em relação, existindo umas para as outras. As mutações entre mercadoria, preço e valor são ilustradas por Marx (1977) na descrição sobre as vitrines nas animadas ruas de Londres, onde as pessoas amontoam-se e os olhos deslizam diante da exuberância e fartura das riquezas do mundo: os xales hindus, os revólveres dos Estados Unidos, as porcelanas chinesas, os espartilhos franceses, as peles da Rússia e as especiarias tropicais. Essa profusão de mercadorias encontra, no ambiente da circulação, sua forma material imediata, um modo de existência adequado ao valor de troca, cristalizado no dinheiro, visível nas etiquetas. É a imagem que melhor reflete os indivíduos cambiantes:

A troca de mercadorias, processo de troca social de substâncias ou permuta de produtos particulares de indivíduos privados, é a criação de relações sociais determinadas de produção nas quais, e no decurso dessa troca de substâncias, entram os indivíduos. As relações em vias de formação que as mercadorias estabelecem entre si cristalizam-se sob a forma de determinações distintas do equivalente geral, e o processo de troca é assim, simultaneamente, o processo de formação da moeda. Todo esse processo, que se apresenta como o desenrolar de processos diferentes, é a circulação. (MARX, 1977, p. 54).

A potencialização da troca ganha dimensões em quantidade e qualidade. No desenvolvimento da intensa atividade na circulação, o mundo de mercadorias pressupõe um movimento contínuo de permuta, renovando-se permanentemente. Além disso, no dizer de Marx (1977, p. 89), coloca as mercadorias entre si “[...] com uma dupla forma de existência: reais, enquanto valores de uso, e ideais - no preço - enquanto valores de troca”. As mercadorias metamorfoseiam-se em ininterruptas cadeias entrelaçadas no processo de circulação. Retomando a ilustração das vitrines de Londres, onde os produtos originários dos mais longínquos lugares do mundo são postos à compra/venda, Marx (1977) caracteriza o proprietário de mercadorias como indivíduo cosmopolita, cuja língua universal é o preço, estimulando o desenvolvimento de formas universais para regular a troca. Nesse contexto, a moeda torna-se universal e a mercadoria paira acima das barreiras: religiosa, política, nacional etc. O cosmopolitismo desenvolve-se na dinâmica do encadeamento das trocas.

MUTAÇÕES NA COMUNICAÇÃO: *velhos atores, novas técnicas e as perspectivas de democratização no Brasil*

Enquanto que o mesmo ouro que desembarca na Inglaterra sob a forma de eagles americanas [moedas de 10 dólares] se transforma em soberanos, circula três dias depois em Paris sob a forma de napoleões, encontra-se algumas semanas mais tarde em Veneza sob a forma de ducados, conservando sempre, no entanto, o mesmo valor, o proprietário de mercadorias apercebe-se de que a nacionalidade isbutguinea'sstamp [não é mais que o cunho do guinéu]. Tem do mundo inteiro uma ideia sublime, a de mercado – de mercado mundial. (MARX, 1977, p. 145, grifos do autor).

Assim, a circulação articula-se ao consumo, ato de satisfação da necessidade. O consumo é, pois, o momento onde o produto tem o seu acabamento final e remete a uma nova produção, para atender ao ciclo, de tal forma que o consumo multiplica a necessidade.

O processo primeiro da circulação é, a bem dizer, um processo teórico, preliminar da circulação real. As mercadorias, que existem como valores de uso, criam a sua própria forma sob a qual aparecem idealmente umas às outras como valores de troca, como quantidades determinadas de trabalho geral materializado. (MARX, 1977, p. 71, grifo do autor).

Em constante movimento, o processo de formação e reprodução do capital exige uma articulação entre produção, circulação e consumo, implicadas nesse contexto as categorias do trabalho excedente, mais-valia, alienação e fetiche. Se por um lado fundamenta as bases do mercado, por outro Marx (1998) considera o Estado uma organização voltada para assegurar e conservar a dominação e a exploração de classe. Em síntese, o Estado é o birô administrativo da classe dominante, conforme dito no Manifesto Comunista, segundo Marx e Engels (1998, p. 39): “[...] o executivo do Estado Moderno nada mais é do que um comitê para a administração dos assuntos comuns de toda a burguesia”.

Estado e mercado são, portanto, instâncias constitutivas do homem no processo de organização da vida em sociedade, sedimentada em regras, burocracia, imposições e consumo. As interfaces do homem com essas instâncias vêm sendo formatadas de maneira acentuada na emergência da modernidade, mas já apresentavam sinais desde a revolução tipográfica. No mundo atual, os meios de comunicação constituem-se regulados pela instância jurídica e administrativa do Estado e pela forma-mercadoria dos bens simbólicos produzidos, distribuídos e consumidos em plataformas impressas e audiovisuais, onde o princípio da mercadoria e do consumo é potencializado.

Visando melhor compreender as interfaces entre Estado e mercado articuladas aos meios de comunicação, é necessário identificar na origem e amplificação dos conglomerados multinacionais a tomada de decisões fundamentais à aquisição e fusão das empresas no setor de telecomunicações. Isso foi possível, em parte, pela flexibilização do aparato jurídico-administrativo, possibilitando às grandes empresas a formação de conglomerados transnacionais. Enfatiza-se, portanto, a ação do Estado favorecendo a expansão do capital.

O direcionamento político-ideológico de inspiração neoliberal fomenta as políticas do Estado mínimo e, conseqüentemente, a escalada de privatizações e desregulamentações. Por sua vez, o acelerado processo de globalização, a partir dos anos 1970, facilita a penetração do capital em setores outrora controlados pelo Estado, reduzido frente à interferência do mercado, cujas marcas evidentes são identificadas na cooperação dos interesses do capital financeiro, empreiteiras, das empresas transnacionais de telecomunicações e dos conglomerados de mídia, atuantes em dupla operação: consorciavam-se aos interesses do capital financeiro e das empresas de telecomunicações para formar oligopólios e, simultaneamente, integram as plataformas de transmissão de dados por onde transita o capital em tempo real na escala global. Em síntese, o arranjo institucional do Estado viabiliza a expansão do capital na lógica do mercado, tendo como ponto de convergência as tecnologias de informação e comunicação (TICs).

No Brasil, a concentração de capital no setor de comunicação decorreu de vários fatores, destacando-se o impacto da reforma do Estado nas privatizações de empresas estatais. Dantas (2002, p. 73) destaca o “[...] papel absolutamente central que as telecomunicações – na verdade, as comunicações em seu conjunto – passaram a ter para a acumulação de capital, nas últimas décadas do século XX”. O desmonte e a privatização do Sistema Telebras constitui um exemplo marcante da ingerência e controle dos interesses do mercado internacional em um segmento nacional estratégico – as telecomunicações – acentuando a penetração do capital estrangeiro como acionista das empresas nacionais e a flexibilização legal necessária à formação de oligopólios. Assim, a concentração dos meios de comunicação ganhou novos contornos no acúmulo da propriedade no Brasil.

Lima (2001) expõe os quatro tipos de centralização da propriedade dos meios de comunicação: a) concentração horizontal,

referindo-se à oligopolização intrínseca a uma área, a exemplo da televisão (paga ou aberta); b) concentração vertical, integrando diversas etapas da cadeia, quando um só grupo empresarial controla a produção, veiculação, comercialização e distribuição dos bens simbólicos, característica típica da televisão brasileira; c) propriedade cruzada, quando a mesma organização controla diferentes tipos de mídia (impressa, eletrônica, telefonia, internet, transmissão de dados etc); d) monopólio em cruz, efetivado pela reprodução local e regional dos oligopólios característicos da propriedade cruzada, ou seja, quando os sistemas de comunicação regionais são afiliados às grandes redes, tendo como exemplo emblemático a pulverização das Organizações Globo em quase todo o país.

Na dimensão internacional, a expressão *global players* caracteriza os conglomerados empresariais atuantes nesse segmento de negócios altamente lucrativos e cumulativos.

No cenário da globalização contemporânea, a consequência mais evidente da convergência tecnológica no setor de comunicações é a enorme e sem precedentes concentração da propriedade, que provoca a consolidação e a emergência de um reduzido número de megaempresas mundiais. Ademais, a onda internacional liberalizante de privatizações e desregulamentação, acelerada depois da aprovação do Telecommunications Act americano, em fevereiro de 1996, provocou uma avalanche de aquisições, fusões e joint ventures envolvendo Estados nacionais, bancos, grandes empreiteiras e empresas transnacionais privadas, estatais e mistas. (LIMA, 2001, p. 91).

Para a efetivação dessas transformações, Castells (2008) aponta reformas no âmbito institucional e empresarial, focadas em quatro objetivos: radicalizar a ordem capitalista, visando otimizar o lucro nas relações capital/trabalho; alargar a produtividade do trabalho e do capital; globalizar a produção, circulação e mercados; e direcionar o apoio estatal para ganhos de produtividade e competitividade das economias nacionais. Observa-se nos objetivos elencados um duplo movimento, ou seja, tanto as instituições vinculadas ao Estado quanto o ímpeto do mercado convergem nas ações visando associar interesses no contexto da reestruturação e expansão do modelo econômico vigente.

Castells (2008) fundamenta a emergência de uma sociedade informacional, pautada necessariamente na relação entre a sociedade e a tecnologia, na qual a ação do Estado é decisiva, porque orga-

niza e articula as forças dominantes no espaço-tempo do capitalismo global. Concomitantes ao desenvolvimento das forças produtivas, variados dispositivos tecnológicos vão sendo criados nas sucessivas transformações desencadeadas no mundo da produção e do trabalho. Entre as características da revolução tecnológica, a máquina a vapor e os motores de combustão, seguidos da eletricidade, do telégrafo e do telefone, incrementam e modificam a escalada capitalista na indústria, na agricultura e no desenvolvimento das cidades, adaptando-as à lógica de alimentação do circuito produção/circulação/consumo. Todo esse conjunto de inovações tecnológicas aspirava a uma descoberta auspiciosa – a transmissão de sinais sonoros sem fio e, posteriormente, o rádio, que iria melhorar e remodelar duas grandes invenções anteriores – o telégrafo e o telefone. A estes seguiram-se novos dispositivos no segmento de microeletrônica, impulsionando o desenvolvimento de computadores com microprocessador e todo o aparato de telecomunicações: cabos, satélites, redes e internet.

Segundo Castells (2008), a revolução tecnológica ocorreu e está em curso no processo histórico de reestruturação global do capitalismo, daí emergindo uma sociedade informacional, fundamentada em redes de empresas, ferramentas tecnológicas e concorrência global. Gigantescas redes de conglomerados multimidiáticos expandem suas áreas de atuação e mesclam os capitais em outros setores da economia, principalmente nas áreas de e-commerce e tecnologias da informação. Sob a égide das rápidas e profundas transformações no processo de reestruturação capitalista, Castells (2008) analisa a transição do industrialismo ao informacionalismo, este caracterizado pela adoção de alta tecnologia da informação articulada à atuação e organização das empresas em rede. Nesse processo, o tripé formado pelos interesses do Estado, do mercado e dos conglomerados de telecomunicações opera em consonância:

Embora o modo capitalista de produção seja caracterizado por sua expansão contínua, sempre tentando superar limites temporais e espaciais, foi apenas no final do século XX que a economia mundial conseguiu tornar-se verdadeiramente global com base na nova infra-estrutura, propiciada pelas tecnologias da informação e da comunicação, e com a ajuda decisiva das políticas de desregulamentação e da liberalização postas em prática pelos governos e pelas instituições internacionais. (CASTELLS, 2008, p. 142).

O novo tipo de capitalismo, cuja base é a sociedade em rede, tem duas características fundamentais: o crescimento da produ-
ti-

vidade e a globalização, ambos cristalizados no setor de tecnologia da informação. Assim, o princípio da circulação em Marx (1977) encontra-se no informacionalismo de Castells (2008). Na contemporaneidade, os grupos empresariais organizados em rede controlam mercados em escala global. Nessa nova forma de organizar o capitalismo, a geração e a transmissão de dados facilitam o trânsito de mercadorias na forma de capital volátil, transitando nas infovias, pelas plataformas de comunicação conectadas no mundo inteiro, controladas pelos oligopólios. A administração do fluxo de informações e riqueza na sociedade em rede condensa o espaço e o tempo:

O capital é gerenciado vinte e quatro horas por dia em mercados financeiros globalmente integrados, funcionando em tempo real pela primeira vez na história: transações no valor de bilhões de dólares são feitas em questão de segundos, através de circuitos eletrônicos por todo o planeta. As novas tecnologias permitem que o capital seja transportado de um lado para o outro entre economias em curtíssimo prazo, de forma que o capital e, portanto, poupança e investimentos, estão interconectados em todo o mundo, de bancos a fundos de pensão, bolsa de valores e câmbio. Os fluxos financeiros, portanto, tiveram um crescimento impressionante em volume, velocidade, complexidade e conectividade. (CASTELLS, 2008, p. 143).

O complexo formado por diversas plataformas de telecomunicações ocupa um posicionamento central na contemporaneidade, mobiliza e integra os contingentes populacionais e dá aos conglomerados empresariais com esse perfil o status de gestores ou administradores da vida social. No plano econômico, as organizações de mídia consorciam-se às redes de telecomunicações e informática erguendo complexos industriais responsáveis pela produção e distribuição de bens culturais formatados em sons, textos e imagens veiculadas em infovias conectadas, controladas e cada vez mais influentes nos poderes político e econômico. Associados aos negócios impulsionadores das corporações similares no mercado, os meios de comunicação projetam os valores e as concepções da classe à qual estão vinculados.

Nessa forma de ver, o Estado e o mercado convergem visando à manutenção dos interesses do capital e da classe dominante. As tecnologias e os meios de comunicação, materializados em corporações capitalistas, funcionam como produtores e reprodutores da ideologia dominante, atuando de forma articulada no jogo de interesses entre as instâncias política (Estado) e econômica (mercado). Porém, indo

além de uma visada determinista, a Economia Política da Comunicação posiciona-se com vistas a:

[...] entender a comunicação social como bem público, ainda que, via de regra, seja apropriada privadamente, com vistas a dinâmicas de valorização. Percebe-se que são explícitas divergências entre a formação do mercado da cultura – onde o interesse vigente é o econômico – e o interesse público. Seguindo nessa discussão, a Economia Política da Comunicação aponta para o caminho das produções alternativas, indicando que uma maior participação da sociedade na mídia potencializa a democratização da comunicação. (BRITTOS; BOLAÑO; ROSA, 2010, p. 2).

A totalidade do processo histórico que envolve as múltiplas determinações da comunicação dimensiona a dinâmica das relações que são estabelecidas entre a economia, a política e a cultura. Para entender estas imbricações, a Economia Política da Comunicação propõe um horizonte teórico que ultrapassa a dominação absoluta, pretensamente totalitária, permitindo o diálogo com pensadores que enxergam pulsações democratizantes no contexto do controle dos meios de comunicação, a exemplo de Gramsci e dos autores culturalistas.

2 A CULTURA NO JOGO DE FORÇAS POLÍTICO-ECONÔMICO

Os conceitos introduzidos por Gramsci (2001) ampliam o arcabouço das teses focadas na dominação Estado/mercado e inserem outras possibilidades teóricas para entender as lógicas de produção, distribuição e consumo dos bens simbólicos elaborados e postos em circulação pelos meios de comunicação. Em Americanismo e fordismo, Gramsci (2001) trata a questão cultural elevada à posição de um novo modo de organização da vida, materializada no controle sobre o cotidiano dos trabalhadores nas fábricas, a repressão ao álcool e ao sexo, eixos do puritanismo e do proibicionismo, duas formas morais de fiscalização da vida privada dos operários fora do cumprimento de suas relações contratuais no ambiente de trabalho. A disseminação de um tipo comportamental pregado pela nova ordem administrativa do trabalho constitui, fundamentalmente, uma questão cultural, traduzida como a etiqueta americana onde são costuradas a nova cultura e o novo modo de vida. Assim, a cultura passa a ser um componente fundante no mundo da produção:

MUTAÇÕES NA COMUNICAÇÃO: *velhos atores, novas técnicas e as perspectivas de democratização no Brasil*

Revela-se claramente que o novo industrialismo quer a monogamia, quer que o homem-trabalhador não desperdice suas energias nervosas na busca desordenada e excitante da satisfação sexual ocasional: o operário que vai para o trabalho depois de uma noite de “orgias” não é um bom trabalhador; a exaltação passional não pode se adequar aos movimentos cronometrados dos gestos produtivos ligados aos mais perfeitos automatismos. Este conjunto de constrangimentos e coerções diretos e indiretos exercidos sobre a massa produzirá certamente resultados; e surgirá assim uma nova forma de união sexual, cujo traço característico e fundamental parece dever ser a monogamia e a estabilidade relativa. (GRAMSCI, 2001, p. 269).

Assim, na sua perspectiva revolucionária, Gramsci (2001) prega a reforma intelectual e moral, sob a liderança do partido político, passando necessariamente pela renovação cultural como fundamento da batalha das ideias. Tão importante quanto a reforma político-econômica, a cultura é central na estratégia de luta das classes dominadas visando alcançar a condição de núcleo dirigente da sociedade. Gramsci (2001) vê a dominação de classe para além do determinismo econômico. Ele enxerga na sociedade civil o território de disputa entre as classes no contexto da complexa dinâmica capitalista. Os aparelhos privados de hegemonia são organizações coletivas onde atuam as forças dominantes e dominadas; estas, aspirantes a uma nova ordem hegemônica.

A sociedade civil é, portanto, um campo de conflito onde tensionam os projetos das classes e as estratégias de manutenção e/ou alteridade do poder. Entre as instituições componentes da sociedade civil, Gramsci (2001) dedica especial atenção aos jornais e aparatos afins à comunicação. Impactado com o que chamava a arte da imprensa e seus reflexos no mundo cultural e educacional, bem como o alcance das inovações técnicas a um grande número de pessoas (extensão de massa), evidencia novamente a cultura no entendimento da realidade. A disseminação de bens simbólicos através dos aparatos de comunicação – localizados nos escaninhos da sociedade civil – é uma das questões relevantes para pensar os meios e as relações de poder.

Também hoje a comunicação falada é um meio de difusão ideológica que tem uma rapidez, uma área de ação e uma simultaneidade emotiva enormemente mais amplas do que a comunicação escrita (o teatro, o cinema e o rádio, com a difusão de alto-falantes nas pra-

ças, superam todas as formas de comunicação escrita, desde o livro até a revista, o jornal, o jornal mural). (GRAMSCI, 2001, p. 67).

Na mesma direção, o autor manifesta interesse na potência do setor editorial formado por jornais com afinidades e interesses políticos, revistas de diversas modalidades e perfis (científicas, literárias, filosóficas) e outras formas impressas de divulgação periódica, inclusive os boletins paroquiais. Observa-se, então, uma visada gramsciana que extrapola o papel dos jornais. Ele já esboça os contornos de um complexo de comunicação com perfis organizativos, comerciais e seu alto poder de difusão de ideias, conceitos e interesses, evidenciando ainda as academias ou institutos culturais, entidades científicas e a atividade editorial, considerados instituições protagonistas e difusores da cultura. Tomando as formulações gramscianas como referência, os Estudos Culturais adotam a perspectiva de que a comunicação e a cultura podem ser entendidas além da reprodução ideológica dominante, apontando as diversas modalidades de resistência das classes subalternas à estrutura autoritária do Estado.

O mapeamento dos Estudos Culturais (ESCOSTEGUY, 2010) permite visualizar os pontos de conexão para entender as formulações dos seus principais autores na perspectiva de um movimento teórico-político, surgido na Inglaterra em fins dos anos 1950, na sua gênese constituído pelos textos-fonte de Richard Hoggart: *The Uses of Literacy* (1957), Raymond Williams: *Culture and Society* (1958) e E. P. Thompson: *The Making of the English Working-class* (1963), referenciados no pólo de pesquisa Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS). A origem britânica dos Estudos Culturais destoa de uma explicação da cultura atrelada às determinações exclusivamente econômicas. Além da base material, existem diversas forças de ordem política e cultural em conflito na complexa constituição da sociedade. Outras características da fundação britânica, anotadas por Escosteguy (2010), merecem destaque na busca de delimitar os Estudos Culturais: 1) contêm uma dupla agenda, sistematizada no projeto teórico e político; 2) dizem respeito a uma área ou campo onde interatuam diferentes disciplinas buscando compreender os aspectos culturais da sociedade.

A perspectiva latino-americana dos Estudos Culturais, alinhada aos britânicos, abriu uma fronteira teórica e delineou novas formas de pensar as relações entre as condições materiais e a ideologia, descolando-se de uma concepção de cultura associada à re-

produção do capital. Ao incorporar esses conceitos, os culturalistas destoam da concepção da cultura de massa que somente enxerga nos meios de comunicação as representações ideológicas dominantes. Em outra perspectiva, a cultura é situada no campo de batalha onde operam a dominação e a resistência, sempre na perspectiva de uma alteridade e nunca de total submissão/dominação. Aos Estudos Culturais importa entender como a constituição do Estado impactou na opressão e também nas lutas de resistência das classes subalternas. Segundo Martín-Barbero (2009), o impacto da formação do Estado moderno e a afirmação do Estado-Nação ocorrem no desenrolar dos séculos XVII e XVIII, caracterizando-se pela centralização do poder, sufocando a diversidade cultural de comunidades e regiões. Nesse contexto:

O Estado se erige em instituição-providência que religa cada cidadão com a autoridade central do soberano e vela pelo bem-estar e segurança de todos. A dinâmica própria das culturas populares se verá travada primeiro e paralisada depois por essa nova organização da vida social. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 106).

Como resultado da sobreposição do Estado, asfixiando as efervescentes dinâmicas culturais, emerge uma cultura supra ou transnacional, manifesta na literatura de cordel, na divulgação iconográfica e na transmutação dos espetáculos populares. O autor retoma a abordagem sobre as transformações operadas em decorrência da consolidação do Estado para discorrer sobre o processo de resistência das classes subalternas. Em resposta à pergunta por ele formulada - De onde parte e sobre que se apoia a repressão das culturas populares na Europa moderna? - o próprio Martín-Barbero (2009) responde, enumerando os seguintes fatores: 1) a formação do Estado moderno e a sua consolidação definitiva no Estado-Nação; 2) a fusão dos interesses do Estado e do mercado no longo processo de conversão do mercantilismo ao capitalismo industrial; 3) os conflitos religiosos (cristianismo e Reforma protestante), levando ao fortalecimento do sentido de nacional; 4) os interesses da burguesia integrando reivindicações de língua e religião; 5) a demarcação de fronteiras e a centralização do poder político.

A centralização política e a unificação cultural articulam-se em dois eixos: o da integração horizontal, na qual o Estado se apresenta incompatível com a sociedade plural, multissegmentada, pulverizada em diversas formas de organização e redes sociais (profissional, religiosa, geográfica, de faixa etária etc); e a integração ver-

tical, que diz respeito ao desligamento do indivíduo dos seus laços primários (família, igreja, corporação, comunidade etc.) e um consequente religamento à autoridade central:

E o Estado, frente à complexa rede de associações de que era tecida a vida dos indivíduos, às quais estava sujeito, e das quais recebia segurança, se erguerá mais à frente, bem como a lei do soberano, enquanto uma instituição-providência que garante a segurança de todos. O Estado será o único aparato jurídico de coesão social. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 134).

Porém, essa posição autoritária do Estado não será permanente e fixa. Na base da sociedade, mutações e movimentos horizontais geram desdobramentos vitais para a retomada dos processos de ativação da diversidade cultural. O empoderamento pela via do Estado não configura a imagem estanque dos súditos aos pés do soberano.

3 OUTRA COMUNICAÇÃO POSSÍVEL

Em que pese a constatação de que Estado e mercado operam em convergência para a reprodução do capital, essa configuração não deve ser tomada a ponto de desconsiderar contradições na estrutura dominante, pulsações de resistência e a própria narrativa de alteridade no processo histórico.

Não devemos esquecer que as ideologias podem se converter tanto em instrumentos de dominação quanto de promoção das classes subalternas, visto que exercem uma função de conscientização, aglutinação e coesão. Assim sendo, meios de comunicação também podem ser lugares de produção de estratégias que objetivam reformular o processo social. Sem deixar de reconhecer a sistemática e poderosa reverberação dos discursos dominantes, contradiscursos eventualmente se manifestam no campo informativo. A intensidade depende de circunstâncias históricas e fatores sociopolíticos e culturais, que se alteram conforme contextos específicos. (MORAES, 2008, p. 24).

Estudioso dos temas gramscianos, Coutinho (1981) captura o conceito de hegemonia para caracterizar a direção intelectual e moral de uma classe sobre as demais. Assim, a hegemonia opera as dimensões econômica e ético-política, as forças materiais e ideológicas, incluindo a dimensão cultural como um aspecto fundamental no processo de dominação e resistência. O senso comum, os valores simbólicos, as ideologias, as crenças, as questões morais e os códigos de conduta passam a ter relevância teórica no espectro conceitual até

então notadamente marcado pela preponderância da explicação da realidade pela lente do fator econômico. A questão cultural entra na pauta do horizonte revolucionário gramsciano.

Para se tornar classe dirigente, o proletariado deve também dar resposta às questões ideológicas vividas pelos seus aliados potenciais: se os camponeses italianos encontraram uma explicação para o mundo na religião católica, se vivem o catolicismo como problema efetivo e real, então é preciso que a capacidade de direção se manifeste também na luta para compreender as raízes profundas dessa escolha cultural, para encontrar nela os elementos capazes de ser orientados no sentido dos objetivos centrais da transformação social e cultural proposta pela classe que se candidata à hegemonia. A batalha das ideias – o diálogo e o confronto cultural – assume uma importância decisiva na luta pela hegemonia. A antiga preocupação de Gramsci com as questões de renovação cultural encontra agora uma dimensão mais concreta. (COUTINHO, 1981, p. 60).

A apropriação das ideias gramscianas pelos Estudos Culturais semeia a crítica à posição economicista. Martín-Barbero (2009) se opõe à ideia do ciclo reprodutivista e provoca um deslocamento no foco dos estudos de comunicação: dos meios para as mediações. À valorização excessiva dos meios ele opõe a emergência das mediações, articuladas aos momentos da produção e da recepção, das matrizes culturais e dos formatos industriais, disponibilizados no mapa das mediações². A verticalidade produção/reprodução é abalada pelo surgimento do consumo entendido não como ato imediato de alimentação do lucro capitalista ou de interiorização dos valores das outras classes, mas sim pela lente de uma prática cultural que modifica o âmbito da produção, inclusive.

Ao pregar o abandono do midiacentrismo, Martín-Barbero (2009) situa a comunicação como espaço estratégico de materialidade social e competência cultural, exercida em via de mão dupla: produção e recepção. Deixando o centro, a comunicação espalha-se em espiral, mesclada ao econômico, ao político e, sobretudo, ao cultural. O movimento de forças na sociedade civil e as possibilidades de construção de outra hegemonia, ou seja, a emergência das classes subalternas à posição dirigente estabelece novos paradigmas cujo desdobramento terá impacto nos estudos sobre os meios de comunicação, questionando o papel absoluto dos emissores sobre a audiência.

Com base nesse entendimento, os discursos hegemônicos são porosos, atravessados por focos de resistência e recepções heterogêneas, filtradas por distintas singularidades culturais, níveis socioeconômicos, preferências religiosas e modos de vida cotidiana. Nenhuma dominação é total, absoluta e imposta sem resistência. Na profusão de interesses pulsantes nos processos de dominação, a sociedade civil é o campo tensional de várias organizações privadas que disputam poder. É o ambiente do conflito, onde o núcleo de poder dominante processa a hegemonia e, ao mesmo tempo, sofre as pressões das outras forças atuantes no território de disputa.

O sistema midiático não trabalha todo o tempo para ocultar fatos ou distorcê-los. Seria menosprezar demandas da audiência e desconhecer certas exigências de informação, conhecimento e diversão. Como também subestimar o dinamismo das relações sociais e as mutações dos próprios veículos numa era de inovações tecnológicas e de economias globalizadas. Enquanto mediadoras auto-assumidas dos desejos, as corporações midiáticas não podem ignorar completamente as sinalizações do cotidiano, alternâncias dos sentimentos e tendências de consumo. (MORAES, 2008, p. 24).

A redescoberta do popular nos estudos históricos, as investigações sobre cultura e comunicação alternativa permitiram localizar pegadas na transformação da sociologia para observar a vida cotidiana. Assim, Martín-Barbero (2009, p. 98-99) entende que “Nesse re-desenho vai desempenhar um papel importante o reencontro com o pensamento de Gramsci, que, acima das modas teóricas e dos ciclos políticos, alcança atualmente uma vigência que tinha sido isolada ou ignorada durante longos anos”. Mas, em que termos Gramsci e Martín-Barbero dialogam? Este reconhece naquele a releitura decisiva sobre a questão cultural e a sua relevância para entender a dimensão de classe além da exclusiva determinação econômica.

Martín-Barbero (2009, p. 112) vê a questão cultural como “[...] campo estratégico na luta para ser espaço articulador dos conflitos”. Para Gramsci (2001), a cultura popular está intrinsecamente ligada à subalternidade naquilo que carrega de potencialidades transformadoras. O popular é compreendido no contexto da sua representatividade sociocultural, na expressão de um modo de vida e pujança das classes subalternas. Assim, a hegemonia se processa por uma membrana onde os fluxos culturais se integram, des(fazem) e fundem, visto que

MUTAÇÕES NA COMUNICAÇÃO: *velhos atores, novas técnicas e as perspectivas de democratização no Brasil*

[...] nem toda assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não o é de resistência, e que nem tudo que vem “de cima” são valores da classe dominante, pois há coisas que, vindo de lá, respondem a outras lógicas que não são as da dominação. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 114).

As afinidades entre Gramsci e os Estudos Culturais de viés latino-americano consolidam um argumento importante para contrapor à visão reprodutivista outra interpretação dos processos de hegemonia e suas relações com os meios de comunicação. A virada pelo avesso da indumentária economicista e o deslocamento da proposição central dos meios para as mediações constituem os pilares teóricos que sedimentam o alicerce para a construção do pensamento comunicacional no horizonte de possibilidades abertas pela emergência de atores oriundos do popular ao massivo, bem como o desenho de outro cenário na correlação de forças entre a produção e a recepção. As proposições barberianas não repudiam de todo os postulados marxistas, mas avançam no terreno dos estudos de comunicação, descortinando uma possibilidade teórica que deixa entrever tensões no jogo de forças entre o poder normatizador do Estado, a força reprodutiva do mercado e a movimentação do fluxo midiático do centro para as bordas.

As conexões entre Estado, mercado e os meios de comunicação, problematizados na incursão sobre hegemonia, alargam a perspectiva sobre a redescoberta do popular e a construção do massivo. No longo percurso investigativo sobre a história da recepção, Martín-Barbero (2009) percorre os processos de gênese e desenvolvimento das diversas maneiras de expressão corporal, oral, escrita, pictórica e mimética das classes subalternas, caracterizando-as como formas de resistência, adaptações e mesclagem na interpelação da chamada cultura oficial. Do melodrama, pinçou a criatividade e a sátira, oriundas das narrativas orais improvisadas na cena das feiras e dos espetáculos populares no meio da rua. Do teatro, capturou a movimentação da plateia ruidosa interferindo na ação do palco. Das páginas dos jornais, evidenciou o folhetim como prenúncio da novela e a gênese da imprensa marrom, bem como a efervescência da história em quadrinhos. O autor relata ainda o surgimento do massivo como tributário de variados gêneros e práticas culturais das classes subalternas: a literatura de cordel e os cegos pregoeiros, a leitura cantada em voz alta, a ação político-estética dos anarquistas, o circo,

as lendas, os gestos, costumes, modos de falar e sentir, os locais de visibilidade das massas nos salões de baile e no teatro.

Martín-Barbero (2009) depura do rádio a ligação entre o camponês e o morador da cidade (mediando a tradição e a modernidade). O cinema (mudo e falado) é emblemático para capturar as sensações da plateia exaltada e assustada com as imagens em movimento. Finalmente, a televisão traduz o ápice da relação entre as pessoas e os meios de comunicação na fotografia mais representativa e crítica do capitalismo: o barraco da favela com antena parabólica.

A redescoberta do popular é analisada ainda no vigor cultural dos bairros, onde pulsa a vida cotidiana e a constituição das identidades. O bairro é o mediador entre a casa e a cidade, o ambiente de exercício da comunicação entre parentes e vizinhos, onde funciona a rede informal de recados, mensagens e burburinhos, terreno das solidariedades e rivalidades, lugar de reconhecimento e conectividade pelos laços interfamiliares nos quais se pratica a criatividade comunitária, o improviso, a luta pela sobrevivência, o compartilhamento da vida pública e privada, da cozinha e do local de trabalho.

Todo esse traçado visa ressaltar o novo cenário e ação do sujeito político, suas formas de rebeldia e resistência. Dotado de poderes, consumidor reflexivo, artífice de práticas culturais diversas, ele tensiona as macroestruturas que o mantinham passivo. (MARTÍN-BARBERO, 2009). Esse indivíduo plural e descentrado, de identidades multifacetadas, imerso na coletividade, migrante do popular ao massivo, é liberto da âncora teórica que o entendia apenas como unidade econômica (submisso à normatização do Estado e ao ordenamento do mercado).

4 CONCLUSÃO

Ao longo do texto, apresentei de forma encadeada a arquitetura macroeconômica presente no controle dos meios de comunicação na perspectiva de foco da acumulação capitalista. Este desenho é viabilizado por uma ação combinada entre mercado e Estado, operando os interesses dos conglomerados empresariais de jornais, rádio, televisão e internet em escala internacional, onde é produzido e distribuído o discurso dominante e, também, o ambiente de circulação das contradições pertinentes às relações de poder que perpassam os interesses das forças econômicas e políticas conflitantes na sociedade civil, visando à construção de hegemonia. Em tradução direta,

a dominação alterna-se entre a busca do consenso e/ou a intervenção do aparelho coercitivo do Estado. Nesse contexto, o complexo empresarial de comunicação é uma estrutura controlada pela classe dominante, mas em constante disputa por parte do campo político que aspira à emancipação, utilizando também seus próprios canais, dispositivos e meios de produção e difusão de conteúdo informativo e opinativo vinculados organicamente a uma perspectiva democrática. Esse conflito é, portanto, o eixo central da discussão nestas considerações finais.

No Brasil, a eclosão da ditadura militar na década de 1960, impondo a censura, não silenciou na totalidade as formas de comunicação e expressão oriundas dos setores que se opunham ao regime totalitário. Diversos focos de resistência foram se constituindo nos jornais (imprensa alternativa e sindical), fanzine, música popular, cinema, literatura, teatro, rádios populares de alto-falante e rádios livres em frequência modulada (FM), entre outras experimentações e práticas culturais convertidas em uma sociabilidade própria de vários segmentos da sociedade civil que se contrapunham à lógica do pensamento único e da censura. Estas alternativas de cultura germinaram em um processo de resistência à homogeneização dos padrões estéticos e à narrativa jornalística dominante no período de exceção, configurando uma força política no âmbito da sociedade civil organicamente vinculada ao campo democrático-popular.

Da década de 1960 ao tempo presente, um longo processo de maturação destes setores esteve imbricado na criação e difusão de meios próprios de comunicação, nos quais é possível construir narrativas de enfrentamento à estrutura e discurso dominante. Escavando as raízes mais profundas desta conexão, cabe observar que as pulsações democráticas na contemporaneidade são fruto de um acúmulo histórico herdado de temporalidades e práticas comunicativas remanescentes do processo de enfrentamento da ditadura militar.

Assim, é necessário pontuar as mudanças ocorridas na comunicação no âmbito do Estado e como esse processo vem se desdobrando na atualidade. No âmbito da sociedade civil, a resistência ao modelo hegemônico vem se constituindo em debates, plenárias, conferências, agrupamentos, coletivos, organizações sindicais e não governamentais de inspiração humanista, socialista e anarquista com uma pauta comum – a democratização da comunicação. Concretamente, no acumulado deste período, o processo de abertura política

em meados da década de 1980 fez eclodir uma torrente de demandas represadas no período ditatorial, materializada na Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação. Vislumbrava-se, à época, interferir na Assembleia Nacional Constituinte e materializar na Constituição Federal (CF) de 1988 as reivindicações e pautas vinculadas aos princípios da liberdade, democracia e justiça social, fundamentadas em um novo ordenamento jurídico da comunicação.

No início da década de 1990, as forças políticas que atuaram na Assembleia Nacional Constituinte criaram o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC)³, organização que congrega entidades do campo e da cidade, atuantes no meio sindical, estudantil, docente e popular, articulada em uma rede formada por intelectuais orgânicos, com o objetivo de elaborar políticas públicas, formar pensadores e produzir documentos voltados para a reflexão crítica e propositiva fundamentada na ideia de que o processo de democratização da sociedade passa necessariamente pela revisão da legislação de comunicação, distribuição equitativa de verbas publicitárias, valorização dos meios populares e alternativos, bandeiras sistematizadas no documento Bases de um Programa para a Democratização da Comunicação no Brasil, lançado em 1994. Com esse texto nuclear, o FNDC ganha vitalidade como espaço de legitimação do discurso pela democracia na comunicação, elaboração de subsídios e projetos, com função consultiva e deliberativa, esta última através de plenárias anuais com a participação das entidades filiadas⁴.

É fundamental anotar que as teses do FNDC serviram de referência, na área de comunicação, ao programa de governo que levou o Partido dos Trabalhadores (PT) à Presidência da República, em 2003, com a posse de Luís Inácio Lula da Silva. Havia, portanto, uma grande expectativa sobre mudanças na legislação de comunicação, especialmente no que diz respeito à concentração dos meios e na revisão das concessões e permissões de rádio e televisão no Brasil, sob o controle dos detentores de mandatos eletivos, em desobediência à CF de 1988.

Essa expectativa teve dupla frustração. Ao longo dos dois primeiros mandatos (2003-2010), o governo e o PT negligenciaram a pauta do FNDC e somente em 2009 a Presidência da República convocou a I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom)⁵, tendo aprovação final de aproximadamente 640 proposições, oriundas de cinco dias de debate, nenhuma delas efetivada até agora.

Ainda sob os ecos da I Confecom, o FNDC lançou em 2012 a campanha Para expressar a liberdade, condensada em um Projeto de Lei de Iniciativa Popular (PLIP) que se propõe a instituir uma nova Lei da Comunicação Social Eletrônica, regulamentando os artigos 5º, 21º, 220º, 221º, 222º e 223º da CF de 1998. Em síntese, visando instituir a Lei da Mídia Democrática, o conjunto de proposições do FNDC visa rever e ajustar: 1) a concentração privada nos meios de comunicação; 2) a destinação majoritária das verbas publicitárias do governo federal para os grandes conglomerados de mídia; 3) o controle acionário de rádios e TVs por detentores de mandatos eletivos; 4) a falta de regulamentação dos artigos essenciais da CF de 1998, no capítulo da Comunicação Social. A correção dessas distorções seria um passo fundamental para alterar a regra do jogo, trocando a concentração privada por um novo parâmetro de equilíbrio entre os sistemas público, privado e estatal de comunicação. Mas, apesar da euforia inicial do lançamento da iniciativa, o PLIP não conseguiu ganhar as ruas e mobilizar a sociedade para efetivar a coleta de 1 milhão e 300 mil assinaturas necessárias à tramitação do projeto.

Em que pese o esforço do FNDC para modificar a estrutura da comunicação no Brasil, os governos identificados com as reivindicações do campo democrático-popular optaram por manter as regras antigas e os velhos atores, inclusive a concentração de dinheiro público (verbas publicitárias) nos conglomerados, reiterando a ação combinada entre mercado e Estado na manutenção do complexo empresarial midiático da classe dominante.

Não houve, por parte do governo e do PT, qualquer iniciativa para tentar modificar dispositivos jurídicos arcaicos, a exemplo do Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962, principal instrumento legal utilizado pelo poder Judiciário para expedir mandados de busca e apreensão contra as rádios comunitárias, intensamente reprimidas nos dois mandatos do presidente Luis Inácio Lula da Silva. Durante esse período houve também várias reivindicações para revisão e aperfeiçoamento da Lei de Radiodifusão Comunitária (Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998), criada no governo Fernando Henrique Cardoso (FHC), com várias restrições ao pleno funcionamento das emissoras de baixa potência.

Somente no mandato da presidente Dilma Rousseff (2015-2016), quando o golpe jurídico-midiático (impeachment) já estava em curso, o governo acenou às reivindicações do FNDC. Mas, já era

tarde. Faltou ao governo deposto compreender a comunicação no contexto da luta de classes. Assim, os velhos atores retomaram o palco e aprofundaram o modelo privado. Ao assumir a Presidência da República, Michel Temer (PMDB) fundiu o Ministério das Comunicações ao da Ciência e Tecnologia. Em ato contínuo determinou, através Medida Provisória nº 747, de 30 de setembro de 2016 a renovação das outorgas das concessões de rádio e televisão, possibilitando aos detentores de mandatos eletivos a manutenção de emissoras sob o controle dos caciques partidários.

Há, portanto, um cenário de retrocesso. Cabe, para superá-lo, retomar a ideia fundadora da comunicação como partilha, tornar comum aquilo que é pertencente ao público. Etimologicamente, a raiz do conceito remete ao diálogo, à premência de trocar o monopólio da fala pela pluralidade de vozes. Assim, a produção e a distribuição dos bens simbólicos estão posicionadas no entendimento da comunicação na constituição humana que passa, necessariamente, pelo direito de informar e ser informado. Portanto, ultrapassa o sentido único do fluxo e do modelo que considera o outro apenas objeto da emissão, repositório de mensagens.

Longe de jargões militantes, é necessário dizer que a concentração empresarial da comunicação reproduz a lógica do latifúndio. Para tanto, torna-se necessária uma reforma da comunicação que entenda o princípio desta dimensão humana como bem público, respeitando a diversidade cultural e a pluralidade de vozes, assegurando o dispositivo constitucional da manifestação do pensamento e liberdade de expressão. As bases da reforma intelectual e moral de Gramsci passam por esse entendimento.

O esforço teórico deste artigo visa colocar no eixo central do debate uma profunda revisão no marco regulatório da comunicação, assentada no PLIP do FNDC. Paralelamente, estender o olhar para a mobilização que ocorre na base, nas bordas e mesmo nas entranhas da estrutura do poder midiático, conforme ensina Martín-Barbero (2009). Com o advento das novas plataformas e artefatos de comunicação disponíveis no mundo digitalizado, a oferta tecnológica está a oferecer meios e mecanismos que podem ser potencializados pelas narrativas oriundas do campo democrático.

Na arena de batalha da sociedade civil, a comunicação é produzida também pelos setores que se apropriam dos canais e ferramentas do mercado para introduzir narrativas outras que não as

dominantes. Assim, o ativismo nas redes digitais reúne um exército formado por guerrilheiros virtuais, coletivos de produção audiovisual, agências de notícias independentes ou organicamente vinculadas a entidades sindicais e não governamentais do campo e da cidade, entre tantas outras práticas que constituem pulsações democráticas e não podem ser ignoradas nesta análise. Elas estão visivelmente pulsando na perspectiva de viabilizar a pluralidade de vozes, apesar do controle empresarial nos meios de comunicação.

Da analógica imprensa alternativa e operária que resistiu à ditadura militar aos ativistas contemporâneos, a batalha da mídia é permanente no sentido de que a democratização implica em potencializar o interesse coletivo no espaço público.

REFERÊNCIAS

- BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S.; ROSA, A. M. O. O GT “Economia Política e Políticas de Comunicação” da Compós e a construção de uma epistemologia crítica da comunicação. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19., 2010, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Compós, 2010. p. 1-2.
- CASTELLS, M. A sociedade em rede. Trad. de: Roneide Venancio Majer. 10. ed. São Paulo: Paz e terra, 2008. (Série: A era da Informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).
- COUTINHO, C. N. Gramsci. Porto Alegre: L & PM, 1981.
- DANTAS, M. A lógica do capital-informação. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.
- ESCOSTEGUY, A. C. D. Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-xamericana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/35295718/Cartografias-dos-estudos-culturais-Uma-versao-latino-americana#scribd>>. Acesso em: 20 ago. 2017.
- GRAMSCI, A. Cadernos do cárcere. Trad. de: Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. v. 4.
- HOBBS, T. Do cidadão. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- LIMA, V. A. de. Mídia: teoria e política. São Paulo: Editora da Fundação Perseu Abramo, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Trad. de: Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARX, K. Contribuição à crítica da economia política. Trad. de: Maria Helena Barreiro Alves. São Paulo: Martins Fontes, 1977.

_____; ENGELS, F. Manifesto do partido comunista. São Paulo: Cortez, 1998.

MORAES, D. de. Hegemonia cultural, comunicação e poder: notas sobre a contribuição gramsciana. In: BRITTOS, V. C. (Org.). Economia política da comunicação: estratégias e desafios no capitalismo global. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2008. p. 17-28.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO. Reproposição do GT Economia Política da Comunicação. Rio de Janeiro, [20--?]. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/GT_Econ_Politica_final.pdf>. Acesso em: 18 out. 2017.

Notas:

¹ De acordo com a ementa da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), o Grupo de Trabalho (GT) Economia Política da Comunicação estrutura-se como espaço teórico-conceitual multidisciplinar de pesquisa, análise e compreensão dos fenômenos comunicacionais, focando-se nas experiências de reprodução do sistema e de exploração de suas possibilidades de superação, nesse sentido situando-se entre estudos de práticas hegemônicas e contra-hegemônicas. Abriga investigações acerca das indústrias culturais tradicionais e seus desdobramentos digitais avançados, incluindo televisão, cinema, rádio, internet, publicidade, jornalismo, produção editorial, indústria fonográfica, artes e plataformas convergentes em geral. Estuda as mídias privadas, públicas, comunitárias e alternativas, em suas estratégias, articulações e posicionamento no sistema. Analisa criticamente as conformações de mercados e os velhos e novos modelos de negócios envolvendo direta e indiretamente organizações midiáticas. Trabalha as políticas de comunicação, entendidas como o conjunto de princípios, disposições constitucionais, leis e regulamentos que compõem o ambiente normativo comunicacional. Reúne pesquisas que buscam não só reavaliar as possibilidades da implementação de ações que promovam um desenvolvimento mais equilibrado, democrático e endógeno nos territórios, mas também estudos que relacionam os papéis econômico e simbólico da comunicação e da cultura no capitalismo contemporâneo, num quadro de papel crescente da informação no engendramento de diversos setores socioeconômicos. A ênfase teórico-conceitual do GT é confluyente com outras áreas pertinentes do saber, como Sociologia, Estudos Culturais Crítico,

MUTAÇÕES NA COMUNICAÇÃO: *velhos atores, novas técnicas e as perspectivas de democratização no Brasil*

História, Ciência Política e Economia. (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO, [20--?]).

² Segundo Martin-Barbero (2009, p. 16) o mapa das mediações tem ao centro o núcleo comunicação/cultura/política. Nas extremidades, a visualização do esquema move-se sobre dois eixos: “[...] o diacrônico, ou histórico de longa duração – entre Matrizes Culturais (MC) e Formatos Industriais (FI) – e o sincrônico – entre Lógicas de Produção (LP) e Competências de Recepção ou Consumo (CR). Por sua vez, as relações entre MC e LP encontram-se mediadas por diferentes regimes de institucionalidade, enquanto as relações entre MC e CR estão mediadas por diversas formas de socialidade. Entre as LP e os FI medeiam as tecnicidades e entre os FI e as CR, as ritualidades”.

³ Site do FNDC (Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/>>).

⁴ A 20ª Plenária Nacional do FNDC foi realizada em maio de 2017. (Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/plenarias/xx-plenaria-maio-2017/>>).

⁵ Precedida de etapas regionais, a I Conferência Nacional de Comunicação reuniu representantes dos setores público, estatal e privado para debater políticas públicas específicas para o setor de comunicação. Veja as resoluções e outros documentos no site do FNDC (Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/documentos/conferencia-nacional-de-comunicacao/>>).

