

Por uma outra América Latina

José Antonio Martinuzzo

*MORAES, Dênis de. A
Batalha da Mídia –
Governos progressistas e
políticas de comunicação na
América Latina e outros
ensaios. Rio de Janeiro,
Pão e Rosas, 2009.*

*“Primeiro, deve ser descoberto um horizonte. E para isso temos que
reencontrar a esperança.”*

A epígrafe escolhida por Dênis de Moraes para abrir o seu mais recente livro – *A Batalha da Mídia – Governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios* – traduz com exatidão o conteúdo que o leitor terá pela frente.

As palavras de John Berger anunciam um conjunto de quatro textos que, denunciando o despotismo midiático e apontando caminhos contra-hegemônicos no campo da comunicação latino-americana, quer dar fundamento à esperança de que em nosso horizonte podemos vislumbrar uma outra América Latina possível.

Conforme sentencia Berger, “a esperança, contudo, é um ato de fé, tem que ser sustentada por ações concretas”. Nessa direção, Dênis de Moraes, além de apontar descabros da arena comunicacional latino-americana, enumera iniciativas que fundamentam novas políticas de comunicação e difusão cultural tocadas no continente por governos progressistas, assim como relata iniciativas no ciberespaço que apontam para uma renovada perspectiva no que diz respeito à democratização da produção e da difusão de conteúdos contra-hegemônicos.

Antes de chegar a essas discussões, que compõem a segunda parte do livro, o autor trava um pertinente e lúcido debate acerca dos marcos da sociedade midiaticizada. A partir da conceituação do marxista italiano Antonio Gramsci, Dênis de Moraes discute a construção da hegemonia no imaginário social contemporâneo, que tem a comunicação como fator decisivo. No ensaio que segue, a análise gira em torno das estratégias lucrativas que o capitalismo engendra em tempos de acelerado consumismo, inclusive a partir de produtos e serviços multimídias.

IMAGINÁRIO

Abrindo a primeira parte do livro, em “Imaginário Social, Hegemonia e Comunicação”, Moraes, a partir do referencial gramsciano, estuda as interconexões entre esses três elementos constitutivos da vida em coletividade. Imaginário social é “um conjunto de relações imagéticas que atuam como memória afetiva de uma cultura, um substrato ideológico mantido pela comunidade” (p. 29), define o autor.

Produzido coletivamente, o imaginário é fundamento da identidade, conformando pertenças, demarcando diferenças. É no âmbito do imaginário social que se processam ideologias, constituem-se éticas peculiares e visões de mundo particulares a cada grupo. “Ao examinar tensões e utopias que permeiam o imaginário social, estamos penetrando no campo das batalhas ideológicas pela conquista da hegemonia cultural” (p. 35), afirma Moraes.

A hegemonia é vista no sentido ampliado, na perspectiva de Gramsci, em que a liderança ideológica e cultural é obtida e consolidada a partir de determinantes econômicas e política, mas também em função de condicionantes ético-culturais, num demorado movimento de convencimento e conquista de mentes e corações.

“A teoria de hegemonia de Antonio Gramsci permite-nos meditar sobre o lugar crucial dos meios de comunicação na atualidade, a partir da condição privilegiada de distribuidores de conteúdo” (p. 42), ressalta Moraes. “Na essência”, afirma o autor, “o discurso midiático se propõe a determinar a interpretação dos fatos por intermédio de signos fixos e constantes que tentam proteger de contradições aquilo que está dado e

aparece como a representação do real, como verdade” (p. 45), expurgando o contraditório, a contradição e a contracorrente.

Mesmo com ajustes, considerações e reinterpretações que fazem aos públicos e receptores, os meios de comunicação hegemônicos mantêm-se em uníssono na propalação do fim da história. Apesar desse cenário inóspito a transgressores, Moraes, apoiado na visão gramsciana de revolução como processo, alude que a “exploração de brechas dentro das organizações midiáticas não deve ser descartada como recurso tático” (p. 48), tendo em vista a centralidade desses meios à constituição do imaginário social e à conseqüente disputa por liderança ideológico-cultural na sociedade.

Segundo o autor, “o paradigma da revolução como processo se ampara na continuidade orgânica de rupturas parciais que favoreçam reformas radicais na ordem vigente”. Para Moraes, a recorrente interferência “de forças reivindicantes da sociedade civil e seu poder criativo e inovador na cena pública (aí incluída a arena da comunicação) se convertem em requisitos indispensáveis para vislumbramos fraturas e superações do quadro adverso de dominação” (p. 52).

No capítulo a seguir, “Cultura Tecnológica, Inovação e Mercantilização”, Dênis de Moraes analisa exatamente esse tempo “desvairado”, volátil e desprovido de horizonte, moldado à mercê do *modus operandi* capitalístico neoliberal e global, tendo como um de seus principais suportes o paradigma “infotelecomunicacional”.

Dialogando com Bauman, entre outros lúcidos examinadores da contemporaneidade, Moraes anota a existência atormentada pela intermitente atualização, pela instabilidade paradigmática da era da informação veloz e fugidia – natimorta. Nesta ocorrência existencial em que nos tentam convencer da supremacia da intensidade sobre o valor da durabilidade, no intuito de justificar a produção, o consumo, o culto e a vida devotados ao rentável fugaz, “a informação assumiu a dianteira como fonte alimentadora de engrenagens indispensáveis à hegemonia do capital” (p. 61), considera.

Um dos mais importantes dispositivos mobilizadores dessa “sociedade em rede móvel”, na definição de Castells, o telefone celular é visto por Dênis de Moraes como

um dos ícones da era da “vida em trânsito e objetos móveis”, envolvendo toda uma indústria e referenciando todo um jeito de viver e produzir ajustado ao modo de produção hegemônico.

Ainda na análise da conformação da existência, Moraes aponta a “conversão da cultura em economia e da economia e cultura”, num diálogo sempre profícuo e pertinente com Fredric Jameson. “Na moldura da midiaticização da vida social, caracterizada por mediações e interações baseadas em dispositivos teleinformativos, os ramos culturais estão imersos na lógica do lucro que preside a expansão da formamercadoria a todos os campos da vida social”, (p. 68), observa o autor.

Um outro aspecto da estratégia capitalista de reforço acumulativo é a capacidade de inovação de seus agentes. Inovação e saturação andam juntas no processo de imersão e controle dos indivíduos no mundo do capital. A Internet é citada como exemplo de um universo submetido a parâmetros comerciais do excesso e do controle. Viver é deixar pegadas nas redes, rastreadas e processadas para que se indiquem os novos passos a serem dados pelos livres consumidores de escolhas pré-determinadas. “Não por acaso, *The Economist* batizou de ‘santo graal’ do mundo virtual a interação entre marcas e usuários nos ambientes de compartilhamento das redes sociais” (p. 83), afirma Moraes.

Esse quadro, destaca o autor, “realça a urgência da crítica à cultura tecnológica que respalda a apoteose da velocidade e a tirania do dinheiro e da informação”. Até porque, observa, “a abundância ao nosso redor está muito longe de ser igualitária” (p. 83). Considerando a novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) como um espaço de oportunidades à diversidade, Denis de Moraes aponta o fato de que esse entendimento “não autoriza desconsiderar os domínios monopólicos e as distintas competências para lidar com essas tecnologias, assim como as exclusões daí decorrentes” (p. 84). Em vez de ampliar o conhecimento das sociedades, a evolução técnica está perversamente promovendo o inverso, a partir da sua apropriação por parte das elites e atores privilegiados, pondera.

Aos “globalófilos”, “neoliberais convictos” e “neoliberais envergonhados, que comumente limitam sua análise do cenário contemporâneo ao encantamento quanto à inovação e ao excesso tecnoinformacional, Denis de Moraes deixa um registro cortante:

o alarde da abundância de informação e entretenimento é crônica rasa e parcial, posto que ignora quem controla essa variedade, qual sua natureza ideológico-cultural, e quais são as linhas de conteúdos e programas. Olvida-se que a variedade tem origem em um reduzido conjunto de fontes, que o norte dessa indústria é a rentabilidade capitalística, e que os acessos e usufrutos são desiguais, entre outros.

Dênis de Moraes alerta que, “se quisermos superar o amálgama entre velocidades fortuitas e mercantilização”, teremos de construir “alternativas sociopolíticas” apartadas da lógica dos “gozos descartáveis”. “Teremos que demonstrar capacidade de articular ações e consciências no campo político-cultural, reivindicando difusões descentralizadas, socialização da informação veraz, redistribuição do conhecimento acessível à cidadania e partilhas justas do progresso tecnocientífico” (p. 89), analisa o autor.

AÇÃO

A segunda parte do livro começa exatamente com os esforços de governos latino-americanos progressistas¹ no sentido de transformação da realidade, a partir das necessárias mudanças nos paradigmas da comunicação social, num estudo que alcança nove países.

Em “Governos Progressistas e Políticas de Comunicação na América Latina”, Moraes analisa que o cenário de empobrecimento constituído durante décadas de neoliberalismo no continente, entre outros fatores, levou à eleição de presidentes comprometidos com a transformação socioeconômica, política e cultural na região². Não se trata de um bloco que opera em uníssono, mas que caminha, com gradações e intensidades diferenciadas, no terreno da transformação.

Antes de indicar as reformas e intenções de mudança nas políticas de comunicação, Moraes traça um quadro da cena midiática na América Latina. Um cenário que ele assim descreve: “Um reduzido número de megagrupos controla, de maneira oligopólica, expressiva parcela da produção e da difusão de dados, sons e imagens, exercendo larga influência na conformação do imaginário social” (p. 109).

¹ O autor define como progressista “uma linha de pensamento que se comprometa explicitamente com tudo o quanto se possa mudar, transformar e humanizar na sociedade” (p. 20).

² Brasil, Argentina, Venezuela, Bolívia, Equador, Uruguai, Chile, Nicarágua e Paraguai.

Sem considerar as especificidades identitárias e os anseios dos povos, esses grupos visam a lucratividade a qualquer preço. Além disso, Moraes indica a forte inserção de corporações norte-americanas no continente, tendo em vista a inexistência de legislações antimonopólicas, escoando suas produções e auferindo ganhos exorbitantes.

Nesse ambiente, o autor afirma que há uma concordância entre os governos progressistas quanto ao caráter estratégico da comunicação para a soberania, o desenvolvimento cultural, a integração regional e a cooperação internacional, além da formação de consensos sociais. Moraes aponta a necessidade de uma participação do poder público nos sistemas de informação e difusão cultural, a partir de uma agenda que preveja “renovação de leis e marcos regulatórios das outorgas de rádio e televisão; descentralização dos canais de veiculação; apoio a produções audiovisuais independentes; maior equanimidade nos acessos ao conhecimento e às tecnologias; e geração e distribuição de conteúdos regionais e locais sem fins comerciais” (p. 116).

É seguindo esse roteiro de construção de um novo paradigma da comunicação social na América Latina por governos progressistas que Dênis de Moraes investiga detalhadamente os desafios, os avanços, e as novidades no cenário midiático dos países estudados. Não cabe aqui adiantar as conclusões da pesquisa, mas reproduzimos o quadro de matizes, tendências e mudanças que Moraes descreveu a partir de suas averiguações no âmbito das intervenções governamentais: reorganização da comunicação estatal; novos canais de TV públicas e estatais; leis que restringem concentração e asseguram maior controle público sobre concessionárias de radiodifusão; apoio a mídias alternativas e comunitárias; fomento à produção cultural independente; e legislações que protegem e estimulam a indústria do audiovisual.

É o próprio Moraes que alerta: não se pode assegurar que o atual movimento de transformação consiga estabelecer alterações definitivas no cenário de comunicação e cultura no continente. Mas o autor ressalta que nunca tivemos em tela um elenco de ações governamentais tão promissor. “As providências indicam ser perfeitamente possível assumir uma direção democratizadora e antimonopolítica, a partir de interferências do poder público eleito pelo voto popular” (p. 183), assegura.

Para Denis de Moraes, um novo marco regulatório deve garantir uma distribuição equânime, em termos de acesso, participação e representatividade, entre três instâncias: Estado, setor privado e sociedade civil, com atribuições, obrigações e limitações muito evidentes e claras. Só assim, finaliza o autor, poderemos “aprofundar a democracia e construir uma cultura de solidariedade entre povos, na qual o direito humano à comunicação seja exigência insuperável” (p. 207).

O exercício desse direito à comunicação plural é o tema do seguinte e último capítulo do livro. Em “Ativismo em Rede: Comunicação Virtual e contra-hegemonia”, o autor examina práticas comunicacionais alternativas via Internet, ou seja, aquelas que destoam do neoliberalismo e suas práticas.

Moraes trabalha com o conceito de comunicação alternativa do Foro de Medios Alternativos da Argentina como sendo aquela que “atua como ferramenta para a comunicação no campo popular, sem deixar de lado a militância social, ficando implícito que jornalistas e/ou comunicadores devem estar dentro do conflito, sempre com uma clara tendência a democratizar a palavra e a ação” (p. 232). Ao longo do capítulo, o autor enumera dinâmicas que buscam uma ordem social justa, a contestação da ideologia mercantilista da globalização, a diversidade cultural, e o debate sobre possibilidades de transformação.

As redes sociais, as articulações on-line e os empreendimentos contra-hegemônicos constituem uma porção de ativismo num mesmo ambiente de intenso uso econômico e cultural capitalístico. Até por isso e em uma realidade de desigualdades e exclusões, Denis de Moraes acentua que a Internet e os próprios avanços de comunicação alternativa “não devem alimentar falsas ilusões” (p. 252). Os desafios são imensos e numerosos, tais como a quebra do isolamento discursivo restrito a pares, a disseminação dessa agenda entre organismos da sociedade civil, o fomento das atividades por meio de seminários, e, principalmente, o revigoramento das “batalhas contra-hegemônicas”.

Nesse cenário, o autor salienta que a Web não tem o poder de diminuir a distância entre os “inforricos” e os “infopobres”, mesmo podendo se colocar como

instrumento de democratização da informação. Ainda assim, acentua Moraes, é preciso “saber utilizá-la e integrá-la à luta mais ampla por uma comunicação antimonopolítica e por uma cultura não mercantilizada” (p. 253).

CONTRACORRENTE

O debate sobre a contra-hegemonia não poderia ganhar um autor mais legítimo, qualificado e coerente que Dênis de Moraes, que tem devotado sua militância intelectual ao exercício da esperança com o pragmatismo da razão, em tempos de escassez de contraditório. E nessa direção se pode dizer que o seu livro é também um livro contra-hegemônico, tendo em vista a multidão de “globalófilos”, “neoliberais envergonhados” e “neoliberais convictos” que estão a entulhar estantes e mentes com deslumbramentos acerca do paradigma dominante.

No tempo em que o suposto “fim da história” ganhou a parceria do celebrado e ilusório “mundo plano” discursivo, Dênis de Moraes se propõe a mostrar contradições e paradoxos de um mundo real absolutamente desigual e acidentado, marcado pela exclusão, pelo individualismo, pelo egoísmo. Com esperança e lucidez, conforme recomendou Gramsci, o autor aponta os desafios gerados por um modo de produção perverso e desumano, ao mesmo tempo em que registra as possibilidades de uma luta emancipatória no seio mesmo desse mundo de trágicas configurações.

É de se registrar, no entanto, como já deve ter ficado bem claro até aqui, que a lucidez que norteia o exame das barbáries midiaticizadas mantém-se como um guia na hora em que se apreciam as alternativas contra-hegemônicas. Afinal, em tempos de tantos deslumbres diante da potência tecnológica, nada mais pertinente do que a racional consciência de que plataformas e aparatos técnicos não fazem revolução sozinhos. São fundamentais a vontade e a ação humanas.

Decerto, como bem avaliou o mestre Milton Santos, uma eterna boa companhia que Dênis de Moraes preserva e recomenda aos seus, a humanidade nunca esteve diante de tecnologias tão dóceis como as atuais ferramentas digitais – doces porque são

tecnologias que se ajustam a quaisquer culturas e necessidades, “ainda que seu uso perverso atual seja subordinado aos interesses dos grandes capitais”³.

Santos, nas derradeiras palavras do derradeiro livro que nos legou, manteve a esperança e escreveu que, quando a utilização das tecnologias digitais for democratizada, “essas técnicas doces estarão a serviço do homem”. É no caminho dessa denúncia – da perversidade que fundamenta a midiaticização – e dessa esperança – da democratização e do uso emancipatório das comunicações – que segue o livro de Dênis de Moraes.

O autor tem plena consciência das lutas, confrontos e batalhas que precisam ser travadas para que se constitua uma nova realidade de comunicação na América Latina. Nesse sentido, Dênis, que tem se colocado de forma incansável como um combatente do lado justo, com este livro, expõe suas armas, faz o seu ataque, anima os companheiros de luta, e sinaliza que ainda há chance – sempre há.

Afinal, nas palavras de Berger: “O ato de resistência não significa apenas negar-se a aceitar o absurdo da imagem do mundo que nos é oferecida, mas denunciá-la. E quando o inferno é denunciado a partir de dentro, deixa de ser inferno”.

JOSÉ ANTONIO MARTINUZZO é professor-adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo.

³ Cf. SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2006 – p. 174.