

A formulação urgente sobre comunicação e estratégia política

RAFAEL LITVIN VILLAS BÔAS

GEANINI HACKBARDT

RESENHA: MARTINS, Helena. **Comunicações em tempos de crise:** economia e política. São Paulo: Expressão Popular; Fundação Rosa Luxemburgo, 2020.

Comunicações em tempos de crise: economia e política, obra escrita por Helena Martins, professora da Universidade Federal do Ceará (UFC), é um livro cujo acerto da hora de chegada lança uma indagação incômoda para as estratégias de partidos e governos progressistas do Brasil, desde o período da redemocratização. Se o tema da democratização da comunicação no país estrutura os limites de nossa tentativa, enquanto sociedade, de nos constituirmos como nação, por qual razão ele esteve ausente da estratégia política das forças institucionais e populares que lutam pela consolidação da democracia no país?

RAFAEL LITVIN VILLAS BÔAS

Professor associado das áreas de Linguagens e Ciências Sociais da Universidade de Brasília (UnB) e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe (TerritoriAL) da Universidade Estadual Paulista (Unesp), em convênio com a Escola Nacional Florestan Fernandes (ENFF); desde 2021, no exercício da função de Direção Geral da UnBTV e coordenador do grupo de pesquisa e programa de extensão Terra em Cena, vinculado a UnB. E-mail: rafaelfup@unb.br .

GEANINI HACKBARDT

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe (TerritoriAL) da Universidade Estadual Paulista (Unesp), em convênio com a Escola Nacional Florestan Fernandes (ENFF), especialista em estudos latino-americanos pela Faculdade de Serviço Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), formada em Comunicação Social com habilitação em jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), militante do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, integrante dos grupos de pesquisa Guerras Culturais, vinculado a Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), e Terra em Cena, vinculado a Universidade de Brasília (UnB). E-mail: geanini.hackbardt@gmail.com.

O livro de Martins (2020) apresenta um conjunto de qualidades que torna a obra referência indispensável não apenas para estudiosos do tema das políticas de comunicação e cultura no Brasil, mas para aqueles que almejam compreender as relações de causalidade dos fenômenos que acometeram a frágil democracia brasileira nos anos recentes. Ele nos leva, em pouco tempo, de uma sequência estável de governos de centro-esquerda de agenda conciliatória a um processo de *impeachment* da primeira presidenta eleita na história da República brasileira, em 2016, e culmina na eleição de um governo de extrema direita em 2018. Em diversas passagens, a autora formula chaves de interpretação da conjuntura pregressa, por meio da reflexão que articula elos produtivos entre as esferas da comunicação, política, cultura e economia, tal como na passagem:

Enquanto multiplicam-se as atrações baseadas em entretenimentos repletos de preconceitos ou simplesmente banal, o país padece de contextualização de seus problemas e de debate sobre seus rumos, ficando suscetível a discursos rasos que circulam nas emissoras e redes sociais. Não é possível dissociar essa situação do fato de milhões de brasileiros e brasileiras terem optado, nas eleições de 2018, por Jair Bolsonaro, político que se tornou popular por meio da TV, faz uso intenso das redes sociais e que utiliza, em sua trama discursiva, elementos recorrentes na mídia hegemônica, como a antipolítica, o antipetismo (que afeta não apenas o PT, mas inclusive a esquerda que se colocou como oposição a ele) e o ataque aos direitos humanos. Os meios de comunicação ajudaram a construir o “mito” e seus asseclas, não há como negar (MARTINS, 2020, p. 23).

Helena Martins é integrante de uma geração de intelectuais brasileiros que se formou ao longo dos governos Lula (PT), incidindo e pensando em suas contradições. Sua geração lutou pela defesa do que supostamente estaria garantido pela Constituição de 1988, mas que, em grande parte, nunca foi efetivado, como a democratização da comunicação. Os esforços para implementação do que foi garantido em lei tiveram, como efeito colateral, no

movimento pela democratização da comunicação, uma atuação restrita aos ambientes institucionais, fóruns, audiências, seminários, produção de pesquisas, cartilhas, etc. Em poucos momentos, esse processo de democratização encontrou o caminho das ruas, aprofundou o diálogo com os movimentos populares de massa ou o diálogo com o movimento estudantil. A institucionalidade limitou a expansão e o enraizamento na sociedade do debate político da própria pauta.

As forças políticas não ignoravam que os meios de produção de bens simbólicos, de notícias a produtos de ficção e entretenimento, eram dominados por pouco mais de duas dezenas de famílias e afetavam a vida de dezenas de milhares de brasileiros diariamente. Contudo, o problema (até hoje) não foi absorvido concretamente na agenda de lutas. É um mal estar invisibilizado na estratégia das organizações progressistas. Mais grave que isso: quando chegaram ao governo, partidos de esquerda cometeram a ingenuidade de apostarem na conciliação, ao fechar acordos com múltiplos benefícios aos oligopólios, desde vultosas verbas publicitárias e renovação de concessões, até a criminalização da comunicação popular, com a perseguição e o fechamento de rádios comunitárias sem outorgas concedidas.¹ Em lugar de investirem no fortalecimento da comunicação popular, multiplicando vozes, recursos e processos de educação popular por meio da comunicação, os governantes de agenda progressista acreditaram que era possível evitar o confronto com os oligopólios do setor e, assim, tê-los como aliados.

Autora da dissertação *Comunicação e contra-hegemonia: a produção comunicativa como estratégia política do MST*, defendida em 2012 na Universidade Federal do Ceará (UFC), e da tese *O mercado de comunicações brasileiro no contexto da convergência: análise das estratégias do grupo Globo e da América Móvil*, defendida em 2018 na Universidade de Brasília (UnB), Helena Martins vem apontando para aspectos dissonantes à tradição que se imbuíu do

1 No primeiro ano do governo Lula (PT), foram fechadas 3,2 mil rádios pelo Ministério das Comunicações. Em 2003, o número aumentou 37% e chegou-se a um total de 4.412 foram tiradas do ar (cf. ANATEL..., 2004).

engajamento acadêmico sobre o tema e apostou exclusivamente na pressão institucional como forma de luta. No mapeamento da tradição de resistência e luta dos de baixo, a pesquisadora trabalha com os conceitos de *hegemonia* e *contra-hegemonia*, a partir de outros enquadramentos, que compreendem o tema da comunicação no bojo da estratégia política das forças progressistas. Disso decorre a assertividade da pesquisadora quando define, em algumas passagens deste seu livro lançado em 2020, que suas motivações e objetivos são:

[...] utilizar as armas da crítica para utilizar a nossa imaginação política e a mobilização coletiva de forças progressistas, pois transformar as comunicações é uma demanda urgente, [...], e [há] a necessidade de reconhecimento do momento em que nos encontramos para que seja possível desenvolver uma crítica emancipatória das tecnologias (MARTINS, 2020, p. 24; 48).

Como a autora pressupõe um interlocutor que é ou pode vir a ser engajado no tema, sua escrita concilia didatismo, rigor e radicalidade. O livro é organizado em seis partes e, já pela escolha dos títulos dos capítulos, podemos notar o empenho da autora pela inserção do tema da comunicação no planejamento estratégico e na agenda de luta das organizações progressistas.

No primeiro capítulo do livro, o pressuposto da autora é o de que “a concentração da propriedade impõe-se como primeiro obstáculo à projeção de vozes dissonantes pelos meios de comunicação” (MARTINS, 2020, p. 19). Notemos como, de partida, a autora diverge da forte tendência da mídia alternativa brasileira que busca no seu direito de fazer a comunicação, negociado e conciliado com as grandes empresas, seu sentido de existência – um sentido que é insuficiente quando o problema é a concentração de capital e dos meios de produção. A sua escrita indica a preocupação de se vincular à experiência dos leitores para explicitar a relevância do assunto por ela tratado: “Imaginemos um dia comum de uma pessoa de vinte e poucos anos, moradora de uma cidade média do Brasil. Provavelmente, logo ao acordar buscará, antes até dos óculos, o *smartphone*. Lerá notícias e comentários [...]” (MARTINS,

2020, p. 11). À imaginação da narradora, são acrescentados dados objetivos da dinâmica dos meios de comunicação, atualizados até o ano de 2020. Assim, aprendemos que as cinco maiores marcas do mundo, atualmente, são do setor de tecnologia e que, em 2016, o faturamento das quatro primeiras corporações mundiais de tecnologia chegou a 469,3 bilhões de dólares, cerca de 26% do PIB brasileiro do período.

No segundo capítulo, a autora destaca o papel ideológico dos meios de comunicação, partindo das elaborações de Antônio Gramsci e aborda a Economia Política da Comunicação (EPC), com ênfase nas “dinâmicas de poder que perpassam a produção, a distribuição e o consumo da cultura e da comunicação” (MARTINS, 2020, p.31). Ela reforça a crítica gramsciniana ao marxismo ortodoxo, o qual “colocou em segundo plano ou mesmo rejeitou a análise dos fenômenos da chamada superestrutura” (MARTINS, 2020, p.32). Após breve análise da reestruturação produtiva, mundialização e financeirização do capital, com foco nas tecnologias da informação e comunicação, Martins (2020, p. 42) ressalta que estas se tornaram “uma nova base técnica para a economia capitalista”. As tecnologias realçaram as contradições sistêmicas, na medida em que são empregadas para fortalecer a cultura individualista e ampliar a mercantilização de todos aspectos da vida, inclusive, cristalizando um estado de controle e vigilância permanente.

O terceiro capítulo surpreende pela narrativa fluída diante de um assunto que geralmente é abordado de modo bastante burocrático e institucional: os caminhos institucionais da rádio e da televisão nas suas configurações e disputas legislativas, nas pressões para a privatização e nas resistências entre sistemas público, privado e estatal. Não ficam de fora temas como a consolidação da indústria cultural brasileira, seu papel na integração territorial, com o reforço das características patriarcal e racista da colonização, a permanência do oligopólio na mão de algumas famílias e o desfecho crítico da mais recente crise política do país.

O capítulo seguinte detalha como o Estado-nação brasileiro atuou para fragilizar o serviço público de telecomunicações e abriu caminhos para a entrega, a preço de banana, aos grupos privados. Dados importantes sobre o acesso aos meios de comunicação

no Brasil enriquecem a análise e apontam para uma mudança geracional em seu uso. A autora destaca também o Marco Civil da Internet, que transforma a neutralidade da rede em lei, na qual as empresas fornecedoras de conexão não podem vetar ou criar obstáculos para a circulação das informações, sem descartar os “usos imprevisos ou até contra-hegemônicos” (MARTINS, 2020, p. 182) das redes, mesmo em um contexto social e institucional de esfelamento desta regulamentação.

“A luta por hegemonia num mundo hiperconectado” é o tema do quinto capítulo, momento em que Martins (2020) sustenta a coexistência dos novos e velhos meios de comunicação como aparelhos privados de hegemonia, com a potencialização de seu poder simbólico-ideológico através da digitalização. Os aparatos digitais realizam a exploração de forma ainda mais eficiente devido à sua mobilidade, todo tempo e todo local passa a ser de trabalho. O mercado de dados vigora com a informação centrada na publicidade, transforma todos os aspectos da existência em ativo rentável, fomenta negócios à margem da regulação, remodela toda vida como conhecemos, amplia a concentração e manipula a política com o estímulo do ódio e da desinformação.

Na sexta parte do livro, Martins (2020, p. 221) defende que a “comunicação se tornou mais definidora da forma cultural hegemônica”, em um processo de maior alinhamento das subjetividades à barbárie capitalista, marcado por maior consumismo e individualismo. A lógica das novas tecnologias favorece a atomização e a aceleração do tempo que, combinadas, acentuam a crise política. A esfera pública e o debate passam a contar com outros elementos de mediação, de maneira a ampliar limites e controles, organizados por instituições que têm nos seus princípios e objetivos o lucro e a vigilância, em lugar da suposta imparcialidade.

Nesse processo, para fazer frente ao projeto de redução de direitos da ultradireita, a autora afirma que se faz necessário que formulemos e apresentemos outro projeto de mundo. Neste projeto, o “horizonte histórico e o imediato podem e devem estar relacionados” (MARTINS, 2020, p. 223) e seus eixos perpassam o enfrentamento da concentração da mídia tradicional, a luta pela regulamentação do sistema midiático, a estruturação da

comunicação pública e o controle sobre o poder das plataformas, bem como a utilização indiscriminada de dados. Movimentos populares e partidos políticos não podem mais abrir mão da batalha da comunicação, sobretudo neste momento em que ela toma maior primazia nas relações sociais e políticas. Por isso, a autora finaliza sua argumentação enfatizando a urgência da construção estratégica de uma política brasileira de comunicação, compreendendo-a como um direito e uma necessidade coletiva, para forjar uma nova cultura política organizativa e contra-hegemônica.

REFERÊNCIAS

ANATEL fecha 37% mais rádios no primeiro ano do governo Lula. **Tribuna Paraná**, [online], 22 out. 2004. Notícias. Disponível em: <https://tribunapr.uol.com.br/noticias/anatel-fecha-37-mais-radios-no-primeiro-ano-do-governo-lula/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

MARTINS, Helena. **Comunicação e contra-hegemonia**: a produção comunicativa como estratégia política do MST. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2012.

_____. **O mercado de comunicações brasileiro no contexto da convergência**: análise das estratégias do Grupo Globo e da América Móvil. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.