



**RECIIS**

Revista Eletrônica de Comunicação  
Informação & Inovação em Saúde

[www.reciis.icict.fiocruz.br]

ISSN 1981-6278

*Resenhas*

# **A batalha da mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios**

*Dênis de Moraes*

DOI: 10.3395/reciis.v3i3.302pt

*Marco Antônio Roxo da Silva*

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil  
marcoroxo@urbi.com.br

A *Ideologia Alemã* é um clássico do pensamento marxista. Há nele uma dimensão utópica que se faz presente quando Marx afirma a necessidade de apropriação coletiva dos meios de produção materiais e simbólicos para se chegar a outro modelo de sociedade, a comunista. Nesta, livre das tarefas da sobrevivência, cada homem poderá dispor do seu tempo da forma que quiser, sem as restrições impostas pela divisão social do trabalho. Sendo possível “que eu cace de manhã, pesque de tarde, crie gado à tardinha, critique depois da ceia... sem ter de me tornar caçador, pescador, pastor ou crítico”<sup>1</sup>.

Esta dimensão utópica e combativa também atravessa *A batalha da mídia*, de Dênis de Moraes. Nela, o autor preconiza a necessidade dos agentes sociais inconformados com a ordem atual se apropriarem coletivamente das redes virtuais criadas pelas novas tecnologias da comunicação e se articularem a governos progressistas com vistas a construir uma “cultura de solidariedade social” baseada em utopias igualitárias e libertárias.

Neste sentido, o livro foi dividido em quatro ensaios. No primeiro deles, *Imaginário social, hegemonia cultural e comunicação*, se encontra o lugar onde a batalha da mídia deve ser travada: nos imaginários sociais. Estes são configurados por seus parentes, as ideologias, símbolos, alegorias, rituais, mitos e outros. Juntos compõem as vastas famílias dos sistemas simbólicos (verbais e não verbais) produzidos coletivamente. É através da criação, formação e utilização destes sistemas que indivíduos e grupos sociais forjam para si e entre si suas identidades coletivas, distribuem papéis, hierarquias, poderes em



*Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009*

ISBN 978-85-62501-00-5

torno das quais elaboram as fronteiras (nacionais, partidárias, religiosas, corporativas, étnicas, etc.) das suas comunidades.

Os imaginários sociais são fundamentais para a vida cotidiana ser dotada de sentido e funcionalidade. Seus processos de formação se desenvolvem de forma não linear, pois são tomados por uma série de tensões, fazendo com que eles se estruturam como verdadeiros campos de batalhas simbólicas. Estas são marcadas pelo caráter criativo das ações coletivas, fruto da imaginação dos agentes nelas engajados.

Conforme Moraes, através do ato de imaginar que todo homem “aclara rumos, inventa caminhos e acelera utopias” (p.33). A utopia é, então, uma força social capaz de levar os agentes insatisfeitos com a ordem social e munidos de uma postura crítica a formarem “convicções convergentes” e a “sonhar para frente”. Ou seja, “vislumbrar horizontes que expressam, em dado momento histórico, relações imaginadas e/ou concretizadas pelos homens em suas vivências, conflitos e anseios particulares ou coletivos” (pp. 33-34).

O papel dos intelectuais nesse sentido é dar as utopias e sonhos de transformação social dos despossuídos, atomizados e humilhados pelo atual estágio da exploração capitalista o arcabouço de um projeto político-cultural. É neste momento do texto que emerge a teoria política de Gramsci e sua relação inquebrantável com a luta de classe. O quadro de extrema heterogeneidade ideológica da sociedade capitalista industrializada pôs em relevo a importância das alianças (os blocos políticos inter e/ou entre classes) e a relevância do consenso como estratégia fundamental para a formação da vontade coletiva estável e durável, tema da hegemonia.

Esse trabalho envolve, por um lado, estratégias de argumentação e persuasão que permitam os intelectuais orgânicos cimentar blocos políticos com vistas à disputa de poder. De outro, o cimento utilizado por estes intelectuais são princípios ideológicos capazes de converter, a médio e longo prazo, uma classe subalterna e dominada numa força política efetiva, pois dotada de uma cultura e uma moral.

Os imaginários sociais são palco também, nesse sentido, das lutas de classe. E é com base nestas disputas que os grupos sociais se articulam para exercer o domínio dos aparelhos privados de hegemonia (meios de comunicação, partidos políticos, sindicatos, movimentos sociais etc) em conexão ou oposição com as relações sociais reguladas pela persuasão ou força pela sociedade política (Estado).

Em relação aos meios de comunicação, esta concepção implica em dois tipos de estratégia política. A primeira tem a ver com as elaboradas com as lutas “por dentro” das organizações de mídia. Daí os termos como “aproveitar todas as fissuras”, “guerra de posições” e “acumular de forças” (p. 50-51) e a designação dos meios como “espaços táticos” (p.51) a serem ocupados pelos grupos de forma articulada dada sua importância e a centralidade na formação, manutenção e/ou fratura dos consensos sociais atuais na longa duração.

A segunda está relacionada à capacidade de transformação das mídias alternativas ligadas a grupos militantes formarem o que Gramsci chama de jornalismo “integral”. Este é modulado pela capacidade da comunicação intervir no plano político-cultural para organizar e ampliar difusão e recepção de idéias e informações e assim disputar as hegemonias das representações que modulam o consenso social.

O segundo ensaio *Cultura Tecnológica, Inovação e Mercantilização* enfatiza que a atual configuração das forças políticas e do mercado de mídia permitiu que as redes de comunicação surgidas na internet fossem incorporadas por megas corporações empresariais. A configuração da “sociedade em rede” representa, então, um corpo social dominado por efeitos discursivos capazes de consagrar e legitimar o mercado como instância suprema do agendamento e regulação das demandas sociais.

A manutenção da concentração monopólica na esfera da produção simbólica passou a conviver então com a diversificação de produtos e marcas e as múltiplas formas como estes são ofertados no mercado. Daí o termo “destruição criativa, de Joseph Schumpeter (p.76), estar associado ao ideal de inovação permanente do capitalismo pós-moderno. A midiaticização e a configuração da sociedade em rede aprofundaram a dominação de classe até então vigente, pois forças sociais ligadas ao capital souberam subordinar a “apoteose da velocidade” a “tirania do dinheiro” (p. 83).

Não se trata de uma visão apocalíptica das novas tecnologias da comunicação. Moraes reforça o potencial que as mesmas possuem como espaço de múltiplas alternativas possíveis para as ações dos homens. Mas rejeitar as “euforias tecnológicas” e a reverter a “comercialização desenfreada da informação” exigem “interpelação crítica e mobilizações sociais vigorosas” (p. 89). Daí a importância dos intelectuais engajados e incomodados com a ordem atual para “articular ações e consciências no campo político e cultural reivindicando difusões descentralizadas, socialização da informação, redistribuição do conhecimento e partilhas justas do progresso tecnológico” (p. 89-90).

Os dois ensaios seguintes, *Governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina* e *Ativismo em rede: comunicação virtual e contra-hegemonia*, têm caráter mais empírico. No primeiro, o objetivo é “investigar e explicitar mudanças em curso desde a ascensão recente de governantes eleitos com a bandeira da justiça social” (p.20). São eles: Lula (Brasil), Michelle Bachelet (Chile), Hugo Chávez (Venezuela), Evo Morales (Bolívia), Rafael Correa (Equador), Nestor Kirchner (Argentina), Tabaré Vasques (Uruguai) e Fernando Lugo (Paraguai), Daniel Ortega (Nicarágua).

Eles foram classificados de *progressistas* por explicitarem compromissos com a *mudança, transformação e humanização* da realidade atual, num contexto de isolamento da política belicista norte-americana (governo Bush), rearticulação dos movimentos indígenas na zona andina (Bolívia e Equador) e contestação de duas “idéias-forças” do neoliberalismo, o aparelhamento do Estado

por classes dominantes submissas ao jugo do capital e da globalização e a sacralidade do mercado como “instância máxima de organização societária” (p. 101-102).

Diante disso, se formou, entre diversos agentes, entre os quais intelectuais como Atilio Boron, Emir Sader, Boaventura de Souza Santos, Michael Löwy, Ignacio Ramonet, Tariq Ali e o próprio Moraes, forte expectativa em torno da capacidade política destes governos em pluralizar e diversificar as mídias e dar visibilidade às demandas e aos movimentos sociais da região.

Essa expectativa aponta, portanto, para a observação do papel do Estado nesses governos como regulador do mercado, ação capaz de harmonizar anseios e zelar pelos direitos à informação e à diversidade cultural. Assim, a investigação da política de comunicação destes governos se deu sobre algumas matrizes entre as quais se destacam: a reestruturação da comunicação estatal; a criação de novos canais de televisão nacionais e transnacionais; a redefinição de marcos regulatórios para o funcionamento das mídias; apoios às mídias comunitárias; fomentos a produção cultural e retomada do audiovisual.

Evidentemente que esta investigação está inserida no bojo de um processo ainda em curso, com tonalidades diferentes no continente em função das assimetrias nas correlações de forças e do nível de agressividade do jogo político no interior de cada país. Para verificar o nível de enfrentamento com as forças hegemônicas, os governos progressistas foram divididos em dois eixos.

O primeiro, representado por Chávez, Morales e Correa, classificados como de “esquerda”, por estarem comprometidos com a crítica radical ao capitalismo e, em graus variados, com o desmantelamento desse tipo de sociedade. A institucionalização de suas políticas de comunicação renovadoras tem posto estes governos sob o fogo cruzado violento da mídia de massa e grupos conservadores dentro e fora de seus países.

Casos, por exemplo, de Hugo Chávez, ao usar da prerrogativa legal do Estado para não renovar a licença da rede de televisão privada RCTV; Rafael Correa, ao não conceder outorga para o funcionamento de doze emissoras de rádio em nove estados do Equador, por descumprirem a Lei de Radiodifusão e Televisão e Evo Morales, que usou os recursos do financiamento de 5 milhões de dólares do Banco de Desenvolvimento Econômico e Social da Venezuela para criar a *Rede de Rádios dos Povos Originários da Bolívia*, uma cadeia de 30 emissoras (20 AM e 10 FM) em zonas rurais habitadas por camponeses descendentes dos povos indígenas da Bolívia.

Em torno desses episódios se deu o conflito em torno da liberdade de imprensa, valor defendido pela oposição a estes governos, e da responsabilidade, usado pelos governantes para agir no interior do mercado de mídia com vistas a alterar a sua configuração.

Segundo Moraes, “o bloco formado por Equador, Venezuela e Bolívia é o mais ativo na proposição de novas legislações de radiodifusão, na reorientação de investimentos estatais e no fomento à difusão não mercantilizada” (p. 196). Mas isso não significa a ausência crítica por vezes situadas no campo aliado desses governos.

A venezuelana *Telesur*, por exemplo, emissora de TV transnacional no ar desde 2005, sediada em Caracas, financiada pelos governos da Venezuela (51%), Cuba, Argentina, Uruguai, Bolívia, Equador e Nicarágua, e com a programação orientada por um Conselho Assessor integrado por Eduardo Galeano, Ignacio Ramonet, Atilio Boron, Adolfo Pérez Esquivel, Ernesto Cardenal entre outros intelectuais, recebeu fortes críticas de Jesús Martín-Barbero, conforme retratado por Moraes:

*Em que se inspira a Telesur? Veja a maioria das agências que se serve. Absolutamente anacrônicas. A esquerda mais dogmática que existe na América Latina, a pior esquerda da Europa, como Le Monde Diplomatique, que segue pensando a América Latina a partir da França. A América Latina tem várias esquerdas; no Brasil, por exemplo, existe a TV Brasil, na qual se refletem os conflitos da sociedade, os debates. Onde estão os debates na Telesur? Não sei, não vejo. Estou muito em desacordo, por se trata de um projeto enganador (p.131).*

Este tipo de controvérsia, não impediu Moraes de destacar o caráter popular e vanguardista dos governos situados neste à esquerdas dos governos progressistas:

Para prosperar, as transformações na América Latina dependerão de vontade política e sustentação popular. As vitórias de Evo Morales nos referendos de agosto de 2008 e janeiro de 2009 na Bolívia, de Rafael Caldeira no referendo constitucional de setembro de 2008 no Equador, e de Hugo Chávez nas eleições regionais de novembro de 2008 na Venezuela comprovaram o apoio social às prontas mudanças. Mas tem faltado vontade política a outras governantes eleitos na vaga antineoliberal (p. 201).

Isso nos leva aos governos do segundo eixo, representados por Lula, Bachelet e Vasquez, cujas políticas são tidas como “variantes do modelo neoliberal”, amenizadas por programas de proteção social aos mais pobres. Moraes afirma que os estes governos procuram compensar sua “tibieza” em matéria de revisão das legislações sobre os meios de comunicação com ações culturais mais afirmativas.

O caso brasileiro é tomado como exemplo. De um lado, o Plano Nacional de Cultura, cujo fim é “superar positivamente as indústrias culturais e seu caráter restritivo e homogeneizador, predominante até os anos 1990” (p. 170) é visto como exemplo positivo intervenção. De outro, a sua falta de iniciativa do governo Lula em modificar a legislação de radiodifusão, permitindo o amplo funcionamento das rádios comunitárias; sua complacência na política de renovação de concessões, permitindo, por exemplo, que a *Rede Globo* tenha presença em 99,84% dos municípios brasileiros revela sua postura ambígua frente aos agentes sociais (p. 147-148).

Após uma densa pesquisa empírica, o ensaio termina ao abordar um dos aspectos problemáticos da relação entre sociedade política e sociedade civil, a transformação do intervencionismo estatal em dirigismo político-ideológico. Ao citar o *Sistema Nacional de Meios Alternativos e Comunitários*, da Venezuela, e a *Rede de Rádios dos Povos Originários*, da Bolívia como exemplos de projetos de comunicação que “conjugam interesses do Estado e segmentos da sociedade civil” (pp. 203-204) Moraes

questiona “até que ponto esse tipo de expressão cultural seguirá sendo uma construção simbólica, genuína, que se tece e se manifesta em âmbito comunitário, sem submissão de ingerências que a desvirtuem?” (p. 204). Esse é o dilema da luta popular nesta América Latina “dividida entre a apaixonante vocação para o mundo da vida e os sofrimentos decorrentes de suas exclusões” (p. 206).

O ensaio *Comunicação alternativa e contrainformação* se propõe examinar práticas comunicacionais que se tornaram viáveis com o advento das tecnologias digitais e expressam visões contra-hegemônicas. Essas práticas estão relacionadas às dinâmicas editoriais capazes de explorar a ambiência descentralizada da rede mundial de computadores. Neste sentido, os termos “alternativos” e “engajados” passam a modular uma visão “politicizadora” de um determinado tipo de prática jornalística cujos exemplos são as redes Red Acción, da Argentina (www.anred.org), o portal Rebelion (www.rebelion.org) e o site Carta Maior (www.cartamaior.com.br) (p.233-235).

Estes organismos não se constituem apenas em órgãos divulgadores de informação. Eles se organizaram como comunidades nas quais o jornalismo é tomado como uma prática comunicacional voltada “para o trabalho político-ideológico” e organizada por métodos colaborativos de gestão na produção e partilha de textos e formas não mercantis de financiamento.

Daí a prática jornalística nestes organismos estar centrada no princípio da *publicação aberta* e na adesão ao *copyleft*. O primeiro diz respeito ao direito dos leitores serem agentes ativos do processo comunicacional, podendo incluir comentários, publicar textos e/ou fotos ao material editado sem se submeterem ao filtro de um jornalista profissional (responsável por dizer o que deve ou não ser editado) tal e qual o método de produção noticiosa existente nas mídias de massa. O segundo é a permissão para reproduzir informações sem fins comerciais, desde que citada a fonte. A idéia é driblar os direitos de propriedade intelectual e o pagamento de copyright, vistos como entraves a ampliação da difusão social de conteúdos interpretados como de interesse coletivo.

Movimentos sociais como o MST e Barrios de Pie (movimento social que reúne subempregados e desempregados de Buenos Aires) usam o modelo. Eles articulam produções próprias, responsáveis pela identidade e coesão dos seus militantes, e inserções na internet para ampliar sua rede de apoio. Visam se beneficiar dos “efeitos de contágio” e da “política de conexões” ofertadas pela rede cibernética (p. 237-238 e 242).

Segundo Moraes, nestas redes usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores de idéias e conhecimento, dependendo de habilidades técnicas e lastros culturais. Com isso, estabelecem “convívios por afinidade, de vínculos duradouros ou circunstanciais” (p. 240). As redes de computadores

são vistas, assim, como espaços estratégicos nos quais os movimentos sociais podem se articular entre si e em relação a outros poderes como o Estado.

Nem todas as webmídias, porém, divulgam com transparência suas diretrizes ou critérios de publicação. “A maioria defende o respeito às decisões coletivas e a responsabilidade de opinião” (p. 246). O que significa que a ausência de mediação não é absoluta e existência instâncias moderadoras, responsáveis por selecionar o que vai ou não ser publicado. Neste sentido, o *webjornalismo participativo* é um espaço de integração e articulação com formas de organização que vão da auto-gestão a uma estrutura hierárquica mínima responsável pela seleção e organização infográfica do material informativo e textual, normalmente feita por profissionais.

Há divergência no uso de tipo de mídia pelos militantes dos movimentos sociais. Como ampliar a audiência ou exercer influência entre os formadores de opinião postados nas mídias de massa. Outra é sobre o formato e a linguagem utilizada nos sites, dotados de “timbres” retóricos excessivamente ideológicos responsáveis por reforçar o caráter partidário, panfletário e pedagógico das mesmas e afastar os indivíduos anônimos, sem espírito militante.

Há problemas também em relação à produção de conteúdo, ainda relativamente pautada pela capacidade de agendamento das mídias convencionais e subordinada ao que é produzido por jornalistas cuja autoridade como intérpretes sociais justamente advém do fato deles serem profissionais consagrados nas mídias tradicionais. Isto não impede as webmídias de estarem conectadas com a diversidade e a pluralidade das dinâmicas identitárias atuais.

É necessário, porém, encontrar um nexo que permita as articulações políticas nelas existentes para, conforme Moraes, “transcender as vontades heterogêneas e se chegar a uma universalidade que incorpore dialeticamente as particularidades dos atores políticos, tomando-as como momentos constitutivos das práticas sociais e das formas específicas de engajamento” (p. 259).

Isso acontecerá ou não como decorrência de um processo histórico. Ciente disso, Moraes resgata a utopia para afirmar que “a apropriação de redes virtuais tende a inserir-se no rol de iniciativas que visam construir uma cultura de solidariedade social baseada numa ética de reciprocidade entre os sujeitos comunicantes e socialização da informação veraz e do conhecimento coletivo” (p. 260-261). A utopia é, então, o nexo que conjuga os textos de *A batalha da mídia*.

## Nota

1. Ver Karl Marx e Friedrich Engels. *A Ideologia Alemã*. São Paulo, Editora Moraes, 1984, p. 39. 