

COMUNICAÇÃO, CULTURA E POLÍTICA: O ENLACE NA SITUAÇÃO CONTEMPORÂNEA

Dieine Gomes Andradeⁱ

José Lucas Pedreira Buenoⁱⁱ

Resumo: O artigo visa analisar, tal qual o título sugere, a relação entre política e comunicação na contemporaneidade, situada no contexto do capitalismo tardio. Para tanto, desenvolvemos breve histórico em que a comunicação é situada de acordo com sua função política na sociedade. Neste aspecto, contemporaneamente, a mídia representa forte instrumento de controle social, de maneira que roga para si o importante papel de porta-voz da opinião pública, não tendo outro objetivo além de legitimar a ordem posta, ao ideologizar as massas e controlar seu comportamento. Para além do poder político, age em função do poder econômico, de maneira que o consumo e a lógica de mercado neoliberal mostram-se características centrais da sociedade aspirada. Há, contudo, parcela da sociedade que mediante postura crítica, promove movimento alternativo de resistência à essa forma de instrumentalização da comunicação. Deste modo, se por um lado a mídia tem papel de controle, esse movimento contra-hegemônico pode significar uma alternativa à crise da política tradicional ao fazer da informação, comunicação e cultura instrumentos eficazes na desalienação das massas ao agir e criar alternativas de resistência ao que estabelecido na sociedade contemporânea.

Palavras-Chave: Comunicação; cultura; política; contemporaneidade.

Abstract: The article aims to analyze, as the title suggests, the relationship between politics and communication in contemporary society, situated in the context of late capitalism. For both, we have developed a brief history in which the communication is located in accordance with their political role in society. In this aspect, at the same time, the media represents a strong instrument of social control, so that pray for you the important role of spokesman of public opinion, not having another purpose also legitimise the order placed, to ideologize the masses and control its behavior. In addition to the political power, acts on the basis of economic power, so that the consumption and the logic of neoliberal market are central features of the aspired society. There is, however, part of the company through critical stance, promotes reciprocating movement of resistance to this form of instrumentalization of communication. Thus, if on one hand the media has paper control, this counter-hegemonic movement can mean an alternative to the traditional political crisis by making the information, communication and culture effective tools in the alienation of the masses to act and create resistance alternatives to that established in contemporary society.

Keywords: Communication; culture; policy; contemporaneity.

ORIGEM E DEFINIÇÃO

A circunstância contemporânea, marcada fortemente pela crise dos paradigmas da modernidade; pela revolução tecnológica e da comunicação; pela mundialização da economia, política e cultura; pelo neoliberalismo; pela coisificação das massas; é, pois, o plano de fundo necessário à análise da intersecção existente entre política e comunicação. Relação antiga, afinal, que Rubimⁱⁱⁱ situa, mais precisamente, na Grécia clássica.

Em Atenas, segundo o autor, no Século V a.C, nascem simultaneamente as reflexões sobre política, retórica e prática política. A primeira se consolida com a obra de Aristóteles, “Política”, a retórica inaugurada pelos sofistas, surge como técnica de convencimento:

A política nasce como prática específica de resolução da questão do (poder) político, que requisita a situação dos cidadãos e o exercício de um debate público para criar e implementar alternativas de governo da sociedade, conforme a sutil definição de Cornelius Castoriadis entre político e política. Também Hanna Arendt e Norberto Bobbio poderiam ser facilmente evocados para afirmar a dignidade da política e a origem grega do entrelaçamento entre política e comunicação, pois a comunicação, nesta circunstância, torna-se momento necessário da resolução política da questão do poder político, não mais adstrito ao regime da violência e ao registro de alguma autoridade inquestionável.^{iv}

A instrumentalidade foi a característica que se mostrou com maior definição ao longo desse relacionamento: comunicação e política. A primeira muito comumente serviu de instrumento ao jogo político. Neste sentido, as mídias ao longo da história, sempre atuaram enquanto representantes e mesmo amplificadores da lógica política hegemônica, distantes, portanto, de estarem submetidas pura e simplesmente às diretrizes da comunicação^v. Tais meios caracterizam-se, sobretudo, “como extensões da (dinâmica) política e somente nessa operação (instrumentalizada) podem ser analiticamente elucidadas”^{vi}.

O quadro político pré-moderno em que a legitimidade estava no direito divino dos reis, deu lugar à legitimidade vinda da opinião pública ao instalar a ideia de representatividade, superando, desta forma, o caráter excludente daquela prática política, ainda que no campo meramente formal uma vez que arraigado do paradigma do liberalismo em que a propriedade determinava a qualidade e intensidade de cidadania atribuída ao indivíduo, delineando o que Rubim chama de “democracia de elites”^{vii}.

O contexto posterior ao individualismo e liberalismo inaugurados na modernidade, mostrou-se como uma possibilidade de se fazer política de uma forma menos excludente e mais participativa, conquista esta das lutas dos trabalhadores, segmentos da sociedade que oprimidos na sociedade capitalista. Esse alargamento da compreensão de política e da participação popular em sua prática, potencializaram sua dimensão pública e, portanto, sua publicitação como necessário meio para atingir e convencer amplos públicos. Deste modo, “o recurso à disputa pela hegemonia intelectual e moral, neste contexto, reconfigurado pela modernidade, torna-se predominante”^{viii}:

O predomínio da hegemonia intelectual moral (convencimento e coesão) na realização das relações de poder, no entanto, não podem excluir a utilização da violência e coesão, até porque legitima e legaliza seu uso em determinadas circunstâncias. Tampouco funciona ou se fundamenta em mero jogo de ideias conforme quer fazer crer certa idealização racionalista. Ao contrário, a hegemonia intelectual e moral supõe sempre e simultaneamente argumentos, emoções, sentimentos, preconceitos, interesses, etc., todos eles indissociáveis e inerentes ao relacionamento social e humano. A hegemonia intelectual e moral opera neste nível de pregnância e complexidade, emaranhando consciente e inconsciente.^{ix}

Em resumo, a política moderna e, com mais intensidade, a contemporânea, ampliam a inclusão formal e real possibilitando maior participação política e, conseqüentemente, ampliação dos direitos sociais. Por outro lado, paralelamente às lutas das minorias, forças antidemocráticas originadas do seio do capitalismo, organizam-se e desenvolvem-se impedindo a possível realização e efetivação da democratização política. No contexto contemporâneo e do capitalismo tardio, a concentração econômica é acelerada e vem de encontro à inclusão real das massas. O aumento do poderio econômico está diretamente associado ao aumento do poderio político. O poder é concentrado na burocracia estatal e empresarial, de modo que se institui nas palavras de Rubim, “zonas sombrias de mediação social”^x:

A recorrente privatização do Estado, do debate e das decisões acerca de temas públicos mediante recurso aos especialistas (tecnoburocratas), anotadas por autores como Oscar Landi e Marilena Chauí, emerge como mais um exemplo desse jogo realizado em campo adversário na sociedade administrada (Horkheimer e Adorno). O poder econômico e o poder burocrático funcionam assim como polos concorrentes que, na contemporaneidade, subtraem poder da atividade política e se colocam (ainda?) fora da esfera de influência das regras emanadas democraticamente na sociedade.

Nestas circunstâncias, a política passa a ser exercida por um grupo restrito de pessoas que formam, e, sobretudo, indicam os políticos profissionalizados, forma de atividade que se consolida através da Burocracia do Estado^{xi}.

A mídia, nesse sentido, assume papel primordial no espaço público uma vez que adquire a capacidade de alterar o jogo político contemporâneo. Sua publicidade transmite a falsa sensação de imediatez, sugerindo, dentro desse quadro ilusório, uma relação direta com os atores políticos, representantes e representados, supostamente sem a necessidade de qualquer mediação institucional de modo que assume os contornos de um verdadeiro partido político antidemocrático com diretrizes encaminhadas sempre de cima para baixo.

A situação contemporânea forja, portanto, um desenho do campo político, com possibilidades, tensões, tendências e negações, constituindo verdadeira crise da prática política. Esta, se por um lado “se caracteriza pelo bloqueio de muitas daquelas potencialidades, pelo desvio de outras, e pelo esgotamento de instituições, práticas e valores”^{xii}, no entanto, caracteriza também a possibilidade de uma nova configuração da política, esta sim, democratizada e democratizante.

COMUNICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE CONTROLE SOCIAL

Marx, em 1861, oferece importante contribuição em texto jornalístico ao diferenciar a opinião de jornais e a opinião do povo. Ele introduz o texto da seguinte maneira: “Políticos do continente, que imaginam que na imprensa de Londres eles têm um termômetro para o temperamento do povo inglês, chegam inevitavelmente neste momento a falsas conclusões”^{xiii}.

A voz da imprensa na atual conjuntura, não diferente daquela no Século XIX que fora objeto de análise de Marx, veste-se com o manto da chamada opinião pública. Sem autorização toma para si tal função e retoricamente persuade as massas da legitimidade de sua representação. Assume o papel de mediar a sociedade, controlar e dominar as massas.

Nesse contexto, a mídia deixa transparecer ao menos desavisado o fosso existente entre o dever ético de informar e a real prática de controle social. O poder político resigna-se ao silêncio conformado, ou permitem-se à negociação de interesses.

Nessa concepção de estrutura social, os meios de comunicação ocupam função central: são eles agentes do “desenvolvimento” e produtores de condutas modernas em que o modelo de consumo é considerado característica fundamental da nova sociedade aspirada, tal qual defende Mattelart ao citar texto de Ithiel de Sola Pool:

A propaganda em favor do modernismo feita pelos meios comerciais de comunicação não é somente um pretexto para levar a comprar determinada marca de sabão. A defesa em favor dessa preferência não passa de uma pequena parte da defesa em favor de um novo modo de vida totalmente modernizado. Os meios de comunicação, destinados a abrir o mercado para novos produtos e interesses, elaboram também o perfil de um novo tipo de homem em um novo tipo de meio ambiente. Como foi sublinhado por Marx, o chefe de empresa é um revolucionário, embora essa não seja sua intenção. São os *mass media* que transformam o que, de outra maneira, não teria passado de um sonho insatisfeito de alguns modernizadores na aspiração dinâmica de um povo^{xiv}.

Nessa guisa de conveniência, o jornalismo e a publicidade interiorizam as prioridades, as tendências e os interesses do poder ideológico estabelecido, que para além do poder político, surge da esfera econômica. Os meios de comunicação são “direcionados ou preparados para descartarem as dúvidas muito devastadoras. Quando o ceticismo é estimulado, não o é em relação ao sistema, mas à competência dos que o dirigem, ou às reações populares”^{xv} tais como a própria mídia e seus agentes o percebem. Pilger^{xvi}, colunista da Le Monde Diplomatique, sobre a hegemonia ideológica da mídia assevera:

Os limites invisíveis da “informação” permitem que falsas premissas passem por bom senso, ou que as fraudes oficiais sejam difundidas e ampliadas. A sorte de sociedades inteiras é decidida de acordo com sua utilidade para “nós”, termo frequentemente utilizado pelo poder ocidental e que veicula sua porção de narcisismo, de linguagem equivocada e de omissões abertas.

Ao escrever sobre o modo como as palavras da mídia velam a história, Pilger aduz que o jornalismo “estimula diretamente e por omissão, um imperialismo cujas verdades e intenções são muitas vezes, pouco desvendadas”, na sequência, afirma: categorias tais como “democracia, liberdade e libertação, esvaziadas de seu sentido real, são colocadas a serviço da conquista. Quando os jornalistas autorizam essa corrupção da linguagem e das ideias, eles desorientam, eles não informam”^{xvii}. Por fim, conclui o autor ao citar os conglomerados transacionais dos meios de

comunicação: “Sua ambição comum: produzir cidadãos mal informados e consumistas. Consumidores obedientes”^{xviii}.

Os grandes meios de comunicação de massa que em tom uníssono impõe aos interlocutores a lógica de mercado e a ideologia do pensamento neoliberal. Longe de ser um recurso democrático de luta contra os abusos do poder, a mídia incorporou a lógica da acelerada globalização liberal, fruto de um modo de capitalismo, o capitalismo tardio, aquele que para além do industrial tornou-se financeiro e especulativo, conforme Ignacio Ramonet:

Na atual fase da globalização, assiste-se a um confronto brutal entre o mercado e o Estado, entre o setor privado e os serviços públicos, entre o indivíduo e a sociedade, entre o particular e o coletivo, entre o egoísmo e a solidariedade.^{xix}

Essa conjuntura tornou necessária a reunião de três esferas antes independentes: 1) a cultura de massa, seu fim comercial vinculado às criações populares; 2) A comunicação, enquanto esfera de marketing, publicidade e convencimento; e 3) a informação através dos meios de comunicação. Deste modo, essas megaempresas contemporâneas, através da superconcentração, tornam-se, “devido seu peso econômico e sua importância ideológica, os atores centrais da globalização liberal”^{xx}.

Ramonet ilustra a problemática citando o exemplo venezuelano, cujo enredo mostra estender-se para além daquelas fronteiras:

O caso venezuelano é exemplar da nova situação internacional, na qual grupos da mídia, ensandecidos, assumem abertamente sua nova função de cão de guarda da ordem econômica estabelecida e seu novo estatuto de poder antipopular e anticidadão. Estes grandes grupos não se assumem exclusivamente como poder da mídia, constituem antes de tudo, o braço ideológico da globalização, e sua função é a de conter as reivindicações populares ao mesmo tempo em que tentam abocanhar o poder político, como conseguiu fazer de forma democrática, Silvio Berlusconi, dono do principal grupo de comunicação da Itália.^{xxi}

Como ocorreu na Venezuela, na Itália, e no Chile na década de 70 com Salvador Allende, campanha semelhante pode ocorrer no Brasil em caso de qualquer movimento real em direção à democratização da mídia ou da efetiva distribuição da riqueza. Aos poderes estabelecidos se junta, afinal, o poder das comunicações que, unidos, em nome da liberdade de imprensa, cometem

verdadeiras atrocidades atacando programas e pessoas que ousam defender os interesses das massas. Nessas circunstâncias a mídia é utilizada como arma de combate e a “informação – devido a sua explosão, a sua multiplicação e a sua superabundância, encontra-se literalmente contaminada, envenenada por todo tipo de mentiras, poluídas pelos boatos, pela deformação, pela distorção, pela manipulação”^{xxii}.

O CONTROLE POR MEIO DA INDÚSTRIA CULTURAL E A RACIONALIDADE DA DOMINAÇÃO

Adorno e Horkheimer enfatizam no ensaio “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas” o caráter pouco artístico das comunicações, das artes e da cultura de massa, questão incorporada e assumida sem mistificações, ao adquirir o caráter meramente de negócio cuja ideologia é cotidianamente implementada através de seus produtos. Esta é, pois, sua função na economia contemporânea. Contudo,

O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que o economicamente mais forte exerce sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma.

xxiii

A dependência e os interesses afins existentes entre os setores midiáticos e as empresas de capital, definem a esfera que ultrapassa as fronteiras da iniciativa privada e da indústria cultural. Tal unidade configura o quadro político instalado na sociedade contemporânea, imbuída do paradigma neoliberal. Este é, afinal, “[...] o triunfo do capital investido. Imprimir com letras de fogo a sua onipotência – a do seu próprio patrão – no âmago de todos os miseráveis em busca de emprego, é o significado de todos os filmes, independente do enredo escolhido”^{xxiv}.

A tentativa é de incutir na massa consumidora de tais produtos culturais e midiáticos a ideia de que o mundo exterior é o prolongamento daquele oferecido nas telas de modo a legitimar o poder estabelecido e, em última instância, delinear o consciente e inconsciente do indivíduo passivo de acordo com os interesses daqueles poderes hegemônicos:

A atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural de hoje não tem necessidade de ser explicada em termos psicológicos. Os próprios produtos, desde o mais típico, o filme sonoro, paralisam aquelas capacidades pela sua própria constituição objetiva. Eles são feitos de modo que sua apreensão adequada exige, por um lado, rapidez de percepção, capacidade de observação e competência específica, e por outro lado, é feita de modo a vetar, de fato, a atividade mental do espectador, se ele não quiser perder os fatos que rapidamente se desenrolam a sua frente.^{xxv}

Vê-se, nesse sentido, que o fim último da cultura produzida em escala industrial não é outra que não a ocupação e administração do indivíduo receptor do produto através da ideologia que lhe é inculcada. Ocupação e administração que se dão ao acordar até o momento de novamente adormecer, interiorizando naquele o processo de trabalho, a hierarquia social, e o consumismo, as três faces do sistema que ele próprio deverá sustentar.

As manifestações nascidas no seio popular não estão a salvo de serem cooptadas e neutralizadas como cultura. A lógica que permeia o sistema se mostra um implacável caça talentos, afinal, “os talentos pertencem à indústria, muito antes que esta os apresente”^{xxvi}.

As contradições do sistema são produzidas e reproduzidas como naturais em todas as manifestações da indústria cultural, de forma que a massa dela se aproprie docilmente, reduzindo, dessa maneira, as tensões existentes entre o cotidiano e o produto da indústria^{xxvii}.

A análise feita por Tocqueville há cem anos foi plenamente confirmada. Sob o monopólio privado da cultura sucede de fato que “a tirania deixa livre o corpo e investe diretamente sobre a alma”. Aí, o patrão não diz mais: ou pensas como eu ou morres. Mas diz: és livre para não pensares como eu, a tua vida, os teus bens, tudo te será deixado, mas, a partir deste instante, és um intruso entre nós. Quem não se adapta é massacrado pela impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do isolado. Excluído da indústria, é fácil convence-lo de sua insuficiência. Enquanto agora, na produção material, o mecanismo da demanda e da oferta está em vias de dissolução, na superestrutura ele opera como controle em proveito dos patrões. Os consumidores são os operários e os empregados, fazendeiros e pequenos burgueses. A totalidade das instituições existentes os aprisiona de corpo e alma a ponto de sem resistência sucumbirem diante de tudo o que lhes é oferecido. E assim como a moral dos senhores era levada mais a sério pelos dominados do que pelos próprios senhores, assim também as massas enganadas de hoje são mais submissas ao mito do sucesso do que os próprios afortunados. Estes têm o que querem e exigem obstinadamente a ideologia com que se lhes serve.^{xxviii}

Sob o capitalismo tardio, a vida das massas gira em torno do processo de produção. O lazer e a diversão são ordenados em função do trabalho, tal qual

prolongamentos dele uma vez que da ao indivíduo o descanso apenas necessário para que retorne a sua função no sistema. A fabricação dos produtos de divertimento, em sintonia com a mecanização do processo de trabalho, assumiu de tal maneira o controle sobre o trabalhador que o conteúdo nada mais é do que mera fachada. O que se busca imprimir é a “sucessão automática das operações regulares. Do processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode fugir adequando, e a ele mesmo no ócio”^{xxix}.

Conformar o espectador diante das contradições específicas do capitalismo tardio é, pois, como já mencionado, um dos objetivos dessa indústria, cujos esforços estão no máximo aproveitamento da produção técnica cultural e informativa, a fim de aproveitar plenamente a capacidade de absorção do consumo estético-ideológico das massas, conformando-o ao sistema econômico que se recusa a utilizar suas capacidades quando se trata de uma das contradições mais elementares da lógica capitalista tardia: acabar com a fome das massas. Assim, configura-se a lógica que permeia o fenômeno: “A indústria cultural continuamente priva seus consumidores do que continuamente lhes promete”^{xxx}.

Em verdade apenas a liberdade formal é garantida, “ninguém deve dar conta oficialmente do que pensa. Em troca, todos são encerrados, do começo ao fim, em um sistema de instituições e relações que formam um instrumento hipersensível de controle social”^{xxxi}. A coisificação do indivíduo ocorre, por vezes, de maneira não tão sutil. A ele cabe aceitar a lógica que lhe é imposta, ou marginalizar-se: “No liberalismo, o pobre passava por preguiçoso, hoje ele é logo suspeito. Aquele que não se provê é mandado para os campos de concentração, ou em todo caso ao inferno do trabalho mais humilde e para as favelas”^{xxxii}.

A pseudoindividualidade é instrumento da indústria cultural para controlar e neutralizar as massas, “ele, em sua liberdade aparente, era o produto do aparato econômico e social”, assim, “a técnica educou o homem desde criança. Mas todo o processo de individualização nesse sentido se cumpriu em prejuízo da individualidade”^{xxxiii}.

Os diversos meios de comunicação são os porta-vozes da indústria cultural. Aqueles sem cobrar quantia alguma do consumidor, assumem para si a falsa imagem de imparcial, desinteressado e descomprometido. Questão esta ainda mais clara na atual situação contemporânea em que a concorrência é cada vez menos acirrada devido aos conglomerados empresariais e altíssimos custos da

propaganda, de modo que a indústria cultural e sua lógica do consumo encontram abrigo e proteção sob o manto da publicidade: “Mais importante que a repetição do nome é, portanto, o financiamento dos meios de comunicação ideológica”^{xxxiv}.

ESTADO NACIONAL E A CULTURA DE MASSA: CASO DA FRANÇA, CANADÁ E BÉLGICA

No contexto pós-industrial do capitalismo tardio, a extrema mobilidade do capital internacional suplanta a capacidade das sociedades nacionais de controlar as empresas transnacionais^{xxxv}, de modo que os interesses nacionais, no mesmo sentido, perdem a influência sobre a produção e distribuição da cultura de massa.

Nessas circunstâncias, o poder ministrado através dos meios de comunicação, escapa dos Estados nacionais em três direções:

[...] para as coletividades locais que preferem agir à sua discrição; para as empresas particulares que estão em condições de conduzir uma ação mais rápida e flexível do que os poderes públicos; e para os organismos internacionais que devem tentar administrar, de qualquer maneira, as novas tecnologias que transcendem as jurisdições nacionais^{xxxvi}.

Diante dessa realidade a questão reside em decifrar qual a função básica do Estado com relação ao funcionamento do dispositivo de comunicação dentro do espaço nacional? A teoria inaugurada por Adorno e Horkheimer na década de 40 revelam um conceito de Indústria Cultural, segundo Mattelart, que não analisa a junção entre tecnologia, cultura, poder e economia de maneira que, segundo ele, não se pode encontrar, em cada realidade nacional concreta, a forma como a cultura de massa incorpora-se no jogo das instituições, ou seja, “como ela se posiciona em relação ao Estado e à sociedade civil organizada”^{xxxvii}, tampouco com relação à sua internacionalização na contemporaneidade. Daí, segundo o mesmo autor, ser essa uma “tese abusivamente globalizante”^{xxxviii}.

Entender o conceito de Estado vigente é, também, medida fundamental para estabelecer o papel que incumbe ao Estado no tratamento das comunicações a fim de sujeitá-las aos interesses da nação, ainda que meramente econômicos. Dessa maneira, igual equívoco os esquemas consagrados pela Escola de Frankfurt cometem ao postular espécie de “essência estatal, isto é, um modelo estilizado e

globalizante de Estado, um modelo universal válido em todos os tempos e espaços, entidade platônica dotado de funcionalidade rigorosa”^{xxxix}.

Tal inadequação do tratamento conceitual dispensado ao Estado, naquela perspectiva, elimina da análise, necessariamente, as diversas formas que o dispositivo da comunicação assume em cada realidade concreta, observada a dimensão histórica de cada sociedade nacional. Em outras palavras, a noção globalizante de Estado, impede a compreensão da maneira como a mídia articula-se diante das contradições e estruturas do espaço em que se insere. Nessa perspectiva, Mattelart inscreve questões básicas que devem ser satisfeitas em uma análise coerente desse enlace Estado e meios de comunicação:

Qual a ligação orgânica que liga um médium à sua era histórico-geográfica de funcionamento? Qual é a relação dos meios de comunicação de massa entre si, simultaneamente, no interior de um país e no plano internacional? Qual é a determinação econômico-política que, em dado momento imprime com sua marca a ou as funções e utilizações sociais das tecnologias de informação e comunicação?^{xl}

Somente da década de 70 é que houve a preocupação na Europa em elaborar estudo inserido na análise da influência exercida simultaneamente entre as atividades das indústrias culturais internacionais e as políticas culturais conduzidas pelo Estado nacional, aquelas cada vez mais ligadas ao mercado internacional, tendo a grande massa como alvo, esta visando um público mais restrito^{xli}.

As tentativas até então de democratizar a cultura mostraram-se equivocadas em sua estratégia. As ações dos poderes públicos locais destinados à população local encontraram o desinteresse da massa, enquanto a parcela mais desfavorecida da população preferia equipar os lares com produtos da cultura de massa. A falha tentativa de democratização cultural tinha o imperativo de proteger a identidade nacional em face dos produtos importados, característicos, portanto, de interesses transnacionais.

Nesse sentido, conhecer o funcionamento da indústria cultural tornou-se a condição prévia para que os poderes públicos elaborassem formas de intervenção nesse campo. Esse foi o objetivo do relatório oficial encomendado pelo Ministério das Relações Exteriores da França em 1979. O relatório pioneiro postula uma ligação mais sólida entre a cultura e a economia nacional, a diplomacia do estado

e empresas privadas, com a intensão de reordenar sua produção local, conectado com as tendências de industrialização da cultura:

Com a política e a economia, a cultura – no sentido mais amplo do termo – é, doravante, um dos componentes das relações internacionais [...]. [Ora], não há como dissimular que, no estado atual do mundo, a difusão dos produtos das indústrias culturais francesas é notoriamente insuficiente, consequência de uma falta de adaptação, para não dizer de um malthusianismo evidente [...]. Infelizmente as indústrias estão voltadas de forma exagerada para o mercado interior. Dispersas, pouco organizadas, com fraca capacidade de investimento, encontram-se de certa maneira marginalizadas e permanecem desconhecidas: demasiado comerciais pelo que têm de cultural, demasiado culturais pelo que têm de comercial [...]. A difusão econômica dos produtos culturais franceses pelo mundo continua sendo amplamente artesanal e arcaica, o que não trás proveito nem para o comércio, nem para a cultura e limita demais nossa influência ao pequeno número dos iniciados que conhecem os macetes de uma difusão confidencial.^{xlii}

Enquanto na França inaugurou-se a noção de interdependência em que se buscou legitimar as ações tendentes a submeter sua soberania nacional ao princípio do interesse comum dentro da perspectiva global, Canadá e Bélgica, de maneira diversa, tenderam a combinar o esforço governamental no domínio da cultura e a permissão do serviço de televisões estrangeiras, a fim de proteger a identidade nacional que, naquele momento, encontrava-se em perigo devido à internacionalização da comunicação.^{xliii}

Além da competição entre o serviço público e as redes estrangeiras de televisão, o esforço nesses espaços foi, também, no sentido de descentralizar os dispositivos audiovisuais locais:

Rádios e televisões comunitárias do Quebec serviam, até mesmo nos anos 70, de ponto de referência aos numerosos grupos que, em uma França que tinha interditado as “rádios livres”, militavam pela revisão no monopólio público sobre as ondas hertzianas. A trajetória dos “meios de comunicação de massa comunitários” mostrava a falsidade dos dilemas que, na época, constituíam o tema da maioria dos debates. Ela assinalava, por um lado, que um serviço público mantido por razões corporativistas é tão pernicioso quanto uma descentralização que tenha apenas como objetivo a desconcentração do poder e, por outro, que entrar no jogo da self-mídia-utensílio-ideal-de-autogestão contra a televisão-centralizadora-imagem-do-poder-concêntrico não resultava forçosamente em uma ampliação das possibilidades de expressão dos cidadãos e renovação do espaço público.^{xliv}

A questão ali, portanto, foi direcionada menos como uma forma de democratizar a comunicação e criar uma identidade nacional, do que como uma

mera tentativa reducionista de sentido e impotente quanto às capacidades para agir sobre as situações concretas. Isso quer dizer, em outras palavras, que a mídia local deixou de ser agente de ampliação da participação popular, para exprimir miseravelmente a esfera local, comunitária, desprendido do entendimento do concreto que circundava a circunstância contemporânea caracterizada pela internacionalização e transnacionalização da cultura, política e economia.

A comunidade não está isolada do mundo, de modo que a prática de limitar a informação aos fatos locais, sem considerar suas possíveis causas científicas, financeiras, sociais, políticas, econômicas etc., afasta as possibilidades de compreensão do real mais amplo e com isso a superação das contradições mais elementares que afligem a sociedade na contemporaneidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: COMUNICAÇÃO COMO ALTERNATIVA À CRISE DA POLÍTICA TRADICIONAL

Sem muito espaço, há parcela da sociedade que se apresenta diante da indústria cultural e dos meios de comunicação tradicionais de forma crítica, seja negando ou buscando alternativas aos produtos standardizados. Assim, reconhecer as contradições que permeiam o sistema econômico e que são reproduzidas pela indústria cultural, aqui compreendidas as mais diversas expressões da comunicação e da arte, é ponto fundamental que caracteriza qualquer movimento alternativo de resistência, seja ele em caráter comunitário, nacional ou mesmo mundial.

A informação, comunicação e cultura são, na atual conjuntura, os maiores vetores dos poderes dominantes. Por outro lado, mostram-se também instrumentos eficazes na desalienação das massas quando agem e criam alternativas de resistência ao que estabelecido na sociedade contemporânea. Para Manuel Castells é “apenas através do exercício da influência sobre o pensamento dos povos que os poderes se constituem em sociedades, e que as sociedades evoluem e mudam [...] Eis o motivo pelo qual a comunicação é a pedra de toque do poder”^{xiv}.

Pessoas e movimentos sociais engajados com a superação do controle social exercido pela mídia tradicional passam a fazer uso da tecnologia a fim de oferecer à população ferramentas de informação, mobilização, organização e como espaço para debates e intervenções, de modo que, para Castells, “falta pouco para

que, através da Mass Self Communication^{xlvi}, os movimentos sociais e indivíduos em rebelião crítica comecem a agir sobre a grande mídia, a controlar as informações, a desmenti-las e até mesmo a produzi-las^{xlvii}.

Em meio à crise de legitimidade da política tradicional em que os indivíduos deixam de acreditar em suas instituições democráticas, a utilização dos espaços de intercomunicação individual mostra-se novas formas de práticas políticas, alternativas que possibilitam maior controle e intervenção de quem não tem parte no sistema político tradicional.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. HORKHEIMER, Max. "O Iluminismo como Mistificação das Massas". In *Industria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002, 5. Ed.
- CASTELLS, Manuel. "A Era da Intercomunicação". In *Caminhos para uma Comunicação Democrática. Le monde diplomatique*. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2007.
- MARX, Karl. *Liberdade de Imprensa*. Porto Alegre: L&PM, 2009.
- MATTELART, Armand. *Comunicação Mundo: história das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.
- PILGER, John. "Como produzir cidadãos consumidores e mal-informados". In *Caminhos para uma Comunicação Democrática. Le monde diplomatique*. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2007.
- RAMONET, Ignacio. "O quinto poder". In *Caminhos para uma Comunicação Democrática. Le monde diplomatique*. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2007.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- SAMPAIO JUNIOR, Plínio de Arruda. *Entre a Nação e a Barbárie: Os dilemas do capitalismo dependente em Caio Prado, Florestan Fernandes e Celso Furtado*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- SOLLA POOL, 1963 apud MATTELART, Arnold. *Comunicação mundo: história das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.
- WEBER, Max. *Economia e sociedade*. Vol. 2. Brasília: UNB, 1999.

NOTAS

- ⁱ Graduada em Direito, Mestranda em História e Estudos Culturais na Universidade Federal de Rondônia.
- ⁱⁱ Professor Doutor do Departamento de Ciências da Educação e do Mestrado em História e Estudos Culturais da Universidade Federal de Rondônia – UNIR.
- ⁱⁱⁱ RUBIM, 2000.
- ^{iv} *ibid.*, 2000. p.18
- ^v *ibid.*, 2000. p.19.
- ^{vi} *ibid.*, loc. Cit.
- ^{vii} *ibid.*, 2000.
- ^{viii} *ibid.*, 2000, p. 22.
- ^{ix} *ibidem*, loc. cit.
- ^x *Ibid.*, 2000, p. 24.
- ^{xi} A burocracia, de acordo com a análise weberiana, é um sistema racional baseado em regras, sendo o poder legítimo na medida em que é exercido de acordo com regras racionalmente criadas. Ela se realiza plenamente quanto mais perfeitamente consegue realizar aquela qualidade específica que é louvada como sua virtude: a eliminação do amor, do ódio e de todos os sentimentos pessoais e irracionais. Deve o especialista, numa ação impessoal, ser rigorosamente objetivo, separando as atividades de expediente da vida privada. A burocracia realiza um direito conceitualmente sistematizado, formal e racional, na base de leis. A cultura burocrática está entranhada nos agentes, não propriamente no Estado. Portanto, a burocracia é um instrumento de precisão que pode colocar-se ao serviço de interesses de dominação muito diversos (WEBER, 1999).
- ^{xii} RUBIM, op. cit., p. 26.
- ^{xiii} MARX, 2009.
- ^{xiv} SOLLA POOL, 1963 apud MATTELART, 1996.
- ^{xv} PILGER, 2007.
- ^{xvi} *Ibid.*, 2007, p. 102.
- ^{xvii} *Ibid.*, 2007, p. 108.
- ^{xviii} *Ibid.*, 2007, p. 110.
- ^{xix} RAMONET, 2007, p. 31.
- ^{xx} *Ibid.*, 2007, p. 34.
- ^{xxi} *Ibid.*, 2007, p. 37.
- ^{xxii} *Ibid.*, 2007, p. 38.
- ^{xxiii} ADORNO, 2002.
- ^{xxiv} *Ibid.*, 2002, p. 8.
- ^{xxv} *Ibid.*, 2002, p 10.
- ^{xxvi} *Ibid.*, 2002, p. 6.
- ^{xxvii} *Ibid.*, 2002.
- ^{xxviii} *Ibid.*, 2002, p. 15.
- ^{xxix} *Ibid.*, 2002, p. 19.
- ^{xxx} *Ibid.*, 2002, p. 21.
- ^{xxxi} *Ibid.*, 2002, p. 29.

- xxxii Ibid., 2002, p. 30.
- xxxiii Ibid., 2002, p. 34.
- xxxiv Ibid., 2002, p. 40.
- xxxv SAMPAIO JUNIOR, 1999.
- xxxvi MATTELART, 1996, p. 223.
- xxxvii Ibid., 1996, p. 225.
- xxxviii Para Mattelart (1996), o conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer está aí apenas para esclarecer “o que eles consideram como a degradação do papel filosófico-existencial da cultura como experiência autêntica” (p. 225).
- xxxix Ibid., 1996, p. 227.
- xl Ibidem, loc. cit.
- xli Ibid, 1996.
- xlii Ibid., 1996, p. 232.
- xliii Ibid., 1996.
- xliv Ibid. 1996, p. 234.
- xlv CASTEL CASTELLS, 2007, p. 18.
- xlvi Intercomunicação Individual (blogs, twitter, sms, perfis em redes sociais).
- xlvi Ibid., 2007, p. 25.

Received on April 25, 2015.

Accept on June 04, 2015.

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.