

Novos Paradigmas à Espera de Estratégias em Comunicação e Cultura*

Luiz Roberto Alves

I

Há dois anos nos encontramos em Buenos Aires para pensar teologia e comunicação, mediadas pelo sistema educacional e projetadas no universo social. Naquele momento histórico foi útil ao grupo produzir um volume de informações, tanto a respeito da instrumentação das linguagens da comunicação quanto de sua presença como forma educativa. Nesse sentido, relatos, testemunhos e contextos sociais e eclesiais mostraram a diversidade de enfoques, objetivos e métodos pelos quais o pensar teológico trabalha a comunicação e a comunicação se põe a serviço da prática da fé. Em 1990 voltávamos os olhos para a Europa, a Ásia e a América do Norte e víamos os movimentos pós-guerra fria, associados às novas tendências de agrupamentos econômicos e políticos. Parecia, então, algo profético dizer que os novos cartéis do poder mundial, com o abalo do Leste Europeu, poderiam isolar a América Latina e aproveitar as suas contradições para um novo tempo de sustentação, uma nova etapa, mais sutil e competente, de colonização cultural e econômica. Víamos surgir novas redes de comunicação e informação, de poder e extensão extraordinários, agrupando-se homologicamente aos novos grupos econômicos e aproveitando a fraqueza dos nossos projetos e desejos, como a Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação — NOMIC. O fato é que nesses dois anos completaram-se alguns dos projetos das elites, com a inserção poderosa das novas formas de liberalismo, que não obedecem às tendências clássicas liberais, mas simplesmente impõem a lógica da mercadoria e do mercado na ausência momentânea de novos valores, um dos quais, o socialismo, ficou decaído na destruição político-cultural do Leste Europeu.

Há quase um consenso entre os pesquisadores latino-americanos de comunicação e cultura sobre o nosso fracasso na consecução dos nossos maiores projetos. Ora, as idéias mais originais da América Latina em comunicação e cultura foram a necessidade de se criar uma nova ordem informativa, a capacidade de resistência das formas populares de cultura e a superação do mecanismo da comunicação de massa pela perspectiva dialógica. Por esses projetos, nós nos opúnhamos a que as grandes redes multinacionais funcionassem como polvos, os quais, com seus tentáculos informativos, invia-

bilizassem as produções locais e regionais e aumentassem a concentração do poder de comunicar em poucas mãos. Simbolicamente em relação ao sistema econômico de concentração de renda e má distribuição de riquezas, no Brasil uma dezena de famílias domina quase a totalidade dos sistemas de comunicação, enquanto movimentos e instituições populares já perdem as esperanças de ter em suas mãos concessões públicas de canais e, portanto, o direito de criar alternativas em comunicação e informação. O segundo item das nossas idéias latino-americanas foram a superação das teorias européias sobre indústria cultural e a descoberta, além dos nossos livros e nossas academias, de que as populações organizadas são capazes de produzir sua estética, fazer suas leituras a partir da mediação cultural e da memória, absorver a seu modo a informação veiculada pelas fontes emissoras e vivenciar a sua pedagogia no trato com o cotidiano, sem a pureza desejada pelos folcloristas, mas também longe do espírito trágico dos apocalípticos. Em terceiro lugar, as experiências educacionais e comunitárias problematizaram os conceitos de cultura de massa. As massas não são necessariamente massas na conceituação radical pós-marxista, pois as gentes têm capacidade organizatória e podem constituir-se grupos, segmentos éticos, comunidade de destino e fé, escapando da informação monolítica pela produção, veiculação e consumo de sua própria informação. Não será um exemplo concreto disso a existência de mais de 400 grupos produtores e veiculadores de vídeo na América Latina, em franca atividade?

De fato, em 1990 ainda não tínhamos certeza de que nos defrontávamos com três eixos, os quais apontavam tanto para as possibilidades como para o confronto. São eles: *as estruturas de poder, os processos de produção simbólica e as práticas de decodificação e consumo*. Desde então, estes eixos têm funcionado como esfinges, próximas de nos devorar, exigindo de nós aquela atitude humilde e civilizatória de Martin Fierro em seu poema: “Y el que me quiera enmendar/Mucho tiene que saber/Tiene mucho que aprender/El que me sepa escuchar/Tiene mucho que rumiar/El que me quiera entender.”

Os nossos fracassos se deram tanto na metodologia como nos conteúdos das nossas propostas. Os poderes econômicos impuseram suas novas ordens e valores na junção da sofisticação tecnológica com o avanço sobre novos mercados e reciclagem dos parques industriais e aí está o conteúdo que nos escapou, porque nossas investigações muitas vezes ignoraram a força empresarial de estados e seus grupos econômicos associados. Para nós, esses poderes foram referências opositiva e negativa, usados com a finalidade de valorizar as alternativas por nós propostas. No entanto, eles, de dentro de sua posição econômica e política hegemônica, deram respostas com alto poder de fogo, concentrando ainda mais as riquezas e os meios de produção sob a ilusão do liberalismo, que nada tem a ver com a liberdade pensada por nós.

Quanto a nossa metodologia, não associamos a comunicação a uma

ampla semiótica que juntasse reflexões acadêmicas, empresariais e de movimentos sociais. Assim, não vimos o que as empresas produziam a fim de apertar os seus gatilhos no rumo de sua reciclagem, tanto de suas máquinas como dos seus projetos de comunicação, determinando mudanças profundas na vida dos operários e demais segmentos sociais. Mais ainda, criando uma legião de desempregados jamais vista. Nós estudávamos comunicação mais como instrumento do que como espaço de criação de novos sentidos. Como instrumento, nós a víamos como objeto de que se lança mão para dizer alguma coisa. Como espaço de criação de sentido, a comunicação funciona como a língua: ela é produtora de sentidos, provoca mudanças, cria novos significados. Muito mais que ser instrumento, pois, a comunicação tem sido estrutura de poder, organizadora de novos sentidos. Quando me encontrei com estudiosos e militantes alemães em Berlim, a 15 dias da reunificação, eles me disseram: “A cúpula do Partido talvez ainda pensasse que o processo de comunicação e informação não ultrapassasse os cinco metros do Muro. Por isso, não se repensaram.”

É inegável que os estudos e práticas comunicacionais na América Latina foram produtivos, profundos e importantes. No entanto, demoramos para aprofundar as análises sobre leituras, decodificação e consumo de modo interdisciplinar. Aliás, nossos estudos e nossas práticas foram superiores aos europeus e americanos em vários âmbitos. Mas não tivemos força e espaço para ver os modos pelos quais se dá o consumo de informação, o que nos seria útil para entendermos o repertório dos segmentos sociais e os seus códigos de comunicação. E quando iniciávamos os estudos de recepção e o modo como o povo produz os seus símbolos, juntando experiências da antropologia, sociologia, teorias de comunicação, lingüística e religiosidade, fomos assaltados pelas mudanças profundas e pelas reordenações políticas e econômicas na onda desse tipo de liberalismo pós-moderno que tenta superar a ideologia, reduzir a educação à informalidade sofisticada, liquidar com os matizes e diferenças e iludir pela aparente homogeneidade cultural, que no fundo significa a hegemonia das elites. Aqui também a comunicação se faz espaço de produção de sentidos, pois trabalha o conceito de modernização (que é a reciclagem estatal-industrial) como se fosse modernidade (que seria o lugar da democratização do poder e dos direitos), confundindo a modernização com a modernidade.

II

No final dos anos 80 começávamos a ver de perto os movimentos sociais. Nos anos 70, que foram muito produtivos para o *boom* da comunicação latino-americana, os agrupamentos sociais eram vistos mais pelo seu caráter revolucionário e quicá exótico. A dicotomia situação/oposição em que víamos poder e povo não permitia ver a superação da mesma dicotomia.

De fato esses movimentos buscavam a cidadania negada, tentavam criar uma nova noção de espaço urbano e queriam garantir o direito a uma produção simbólica, reprimida pelos silêncios da absorção de massas nos espaços da cidade, resultado dos grandes movimentos migratórios. Efetivamente, o surgimento dessa organização social de base visando a garantir a cidadania já seria suficiente para nossos estudos sobre os três eixos citados: as estruturas de poder, os processos de produção simbólica e as práticas de decodificação e consumo. Mas nós não poderíamos ter desvinculado esses estudos da dinâmica empresarial e sua lógica, dos limites e possibilidades da academia, da universidade, visto que precisamente a lógica colonizadora, que os 500 anos de presença europeia nos relembram, tinha desde há muito buscado romper essas relações. Nós, usando a expressão de Lezama Lima, que tínhamos salvado a Europa do seu caos no século XVI, passamos a assumir as formas barrocas da fragmentação e do caos, não como nossa essência, mas como programação cultural dos setores dominantes. Acresce-se a isso o fato de que demoramos bastante tempo para nos livrarmos das teorias e idéias como concebidas nas matrizes colonizadoras. Mesmo quando ricas de sentido, como as idéias do grupo de Frankfurt, Edgar Morin, Bourdieu, dos pós-marxistas ou McLuhan, elas funcionaram por vezes como véus a recobrir os verdadeiros agentes sociais em nosso mundo latino-americano. Por exemplo, quando os franceses falam em culturas populares, notadamente em sua liquidação a partir do séc. XVIII, da Revolução Industrial, parece-nos que eles trabalham sobre documentos gráficos, papéis amarelados pelo tempo e que nunca sobem em ônibus pelas ruas das cidades, nem se dispõem a recuperar a memória narrativa das classes populares. Muitas vezes o que morre é a memória dos fatos e seus paradigmas, não os fatos mesmos, que continuam a levar água para o moinho da realidade social.

Por isso, no meio dessa crise de consciência e de rumos, as evidências nos apontam para revermos a comunicação como espaço criador de sentidos, não pelo privilégio do emissor, da mensagem ou veículo, mas como uma multiplicidade de ênfases mediadas pelas culturas dos grupos em sua busca de coesão social. Citando Jesus Martin Barbero:

(...) implica que la producción de comunicación parta de los contextos sociales y asuma las configuraciones culturales. Lo que a su vez significa concebir la comunicación como un proceso activo de parte y parte, en el que nunca hay puro dialogo ni mera dominación, y en el que siempre hay intercambio — complicidad y seducción — pero también impugnación y resistencia, asimetría de códigos entre emisor y receptor y por lo tanto decodificaciones desviadas y lecturas oblicuas, reapropiación y usos “aberrantes” Se trata de que el aprendizaje del diseno y la producción de comunicación asuma el hecho de que el modo hegemónico de comunicación y los dispositivos de lenguaje que historicamente han desarrollado los medios no representan la culminación de un proceso/progreso fatal, que hay otros modos de comunicación y otros usos posibles de los medios, modos que siendo colectivos no son “masivos”

y usos de medios que responden a lógicas diferentes a aquellas que miden la calidad de la comunicación y la eficacia comunicativa por rentabilidad comercial.

Exatamente porque a comunicação tem seus papéis ampliados, já não se justificam currículos de estudos que não tenham essas aberturas, isto é, convém que não mais critiquemos o funcionalismo e continuemos a denominar disciplinas e currículo de estudos que significam na prática um recorte fragmentado do real. Ou que nossas linhas de pesquisa e estudo nas escolas não congreguem uma efetiva participação, continuidade e aprofundamento, constituindo-se em nomes e modelos e deixando de ser uma antena a apontar para a extensão comunitária, na qual a escola cria interfaces com outros segmentos, os quais também produzem comunicação.

III

Os temas de dois importantes congressos internacionais de comunicação, que se realizarão em agosto próximo, são sugestivos para evidenciar a mudança de paradigmas na reflexão sobre comunicação e cultura.

A ALAIC — Associação Latino-Americana de Investigadores de Comunicação — congregará estudantes e investigadores para discutir “Comunicação e Livre Comércio”, pretendendo com esse tema refletir sobre a identidade do campo de estudos científico e acadêmico. Ora, um tema como esse suscitaria há pouco tempo atrás acerbas críticas nos espaços onde se trabalha a comunicação social, porque nele poderia estar contida a idéia de se jogar nos braços do capital, ainda mais do que hoje, tanto os veículos quanto os produtos, num ritual de imolação e alienação. Hoje se diz que tal tema é referencial para a descoberta da identidade. Aqui, cabe pensar, identidade ou identificação com um desejo ou necessidade? Pois a nossa identidade nos leva à multiplicidade de usos dados no processo cultural, ou aquela *mestiçagem* de que nos fala Octavio Paz e que nos redimirá como latino-americanos. No entanto, de fato a criação de novas relações com o mercado liberalista pode significar tanto a perda de preconceitos quanto uma das saídas para o avanço dos projetos de comunicação no continente. Como se sabe, a par da invasão do conceito de livre mercado, os governos latino-americanos estão desmontando instituições que davam apoio às artes, espetáculos, produções folclóricas e fomento à pesquisa. Enquanto isso, aumenta a sofisticação tecnológica das empresas de comunicação. O ministro da Educação do Brasil afirma que a tecnologia nos salvará, mas não tem qualquer recurso financeiro para custear pesquisas e apoiar investigadores. Então, trata-se de uma tecnologia que está fora das escolas e mesmo do domínio do Estado. Talvez no seio das grandes corporações multinacionais.

Pensar no livre comércio, associando-o ao processo de comunicação, incluídas as investigações de campo, significa comparar o paradigma da multiplicidade cultural dos usos e ações comunicativos com a tendência he-

gemônica de concentração do poder de comunicação nas mãos do também concentrado poder econômico. Se alguma identidade nos sair desse encontro, talvez seja a identidade de destino em que descobrimos que devemos repropor os nossos sonhos, agora de forma mais coletiva, com base em estudos colegiados de variada abordagem e fortalecidos por entidades que juntem experiências e esforços capazes de superar o que se chamou de etapa denunciada pelo surgimento de propostas que possam ser operacionalizadas durante a década e sejam produtivas na passagem do milênio. Mais que tudo: já não faremos comunicação submetendo seus códigos a outras ciências e saberes, mas sim produziremos redes de saberes, os quais, tornados comuns, serão capazes de engendrar e alimentar ações, tanto nos espaços educacionais como das variadas militâncias. As ciências não somente se redescobrem precárias e imperfeitas na sua ontologia, como também postas em dúvida nos seus usos via tecnologias, as quais se encaixam em poucas mãos. Nem por isso cabe a visão da fatalidade, porque o saber não se constitui por geração espontânea, nem as tecnologias se fazem no isolamento do social; sobre eles cabe a operação da inteligência para buscar visões de conjunto e forçar aberturas para a diversidade de usos, funções e continuidade.

Já o Congresso da AIERI — Associação Internacional para o Estudo e a Pesquisa da Comunicação — realizado há dois anos na Iugoslávia, quando a federação começava a fazer água, analisará, agora no Brasil, “A Comunicação para um Mundo Novo”. Supõe-se que venha a haver uma auto-crítica do trabalho já desenvolvido e que estejamos diante de novidades. De um lado, a novidade do mercado pretendendo-se um rei Midas a transformar tudo em ouro (oxalá a idolatria não faça a transformação em outras coisas) e, de outro lado, o reconhecimento dos novos paradigmas de abordagem, a descoberta das reflexões e investigações fora das universidades, o surgimento de novos atores sociais, a evidência das reordenações econômicas internacionais e a precariedade cultural dos governos e instituições estatais. Então, Mundo Novo não significa Mundo Bom, nem mesmo a novidade no sentido evangélico. O que pode significar é o desejo, a busca de novas parcerias que nos arranquem daquilo que Barbero chamou de “esquizofrenia do trabalho especializado” e a possibilidade de encontrar novos apoios que façam avançar os estudos sobre comunicação e cultura. Quem sabe o ecumenismo ainda desenhado como um mapa noturno nasça de uma necessidade profunda e frente ao abismo da nossa desvalorização como conjunto de povos latino-americanos?

IV

Ainda nos cabe refletir mais sobre a nossa acumulação histórica em comunicação e cultura. Quanto à questão cultural, já superamos aqueles estudos preconceituosos, inclusive da UNESCO, segundo os quais a cultura do povo é similar à cultura do Estado e que o nacional identifica o popu-

lar. Ora, o que de fato existe é a diversidade, a mestiçagem, a pluralidade, que certo funcionalismo, estranhamente associado ao marxismo e até ao estruturalismo, preferiu não ver, buscando impor aos nossos olhos a singularidade, a regularidade, o típico. Nesse sentido, cultura ainda parece que não tem nada a ver com cultura de massa, o brasileiro se transforma num carnavalesco por essência, a identidade mexicana parece ser projeto de um partido político, etc. Em verdade, foram as novas leituras políticas feitas pelos movimentos organizados das populações que deram o sinal de que as classificações desenvolvidas pelos letrados a serviço das elites eram precárias e historicamente injustas. Os modelos interpretativos ficam aquém do real. E quando você participa concretamente de projetos de alfabetização das nossas populações descobre precisamente que essas massas humanas não somente fazem a análise, adequada em sua linguagem, da conjuntura político-cultural, como são capazes de propor sua superação, reforçada a cada passo pela aquisição de novos códigos lingüísticos. No âmbito da comunicação social, estamos hoje em uma nova fase de reflexão sobre a transnacionalidade da comunicação e suas relações com a cultura de massa e as culturas populares. Passamos pela crítica da indústria cultural dos frankfurtianos, pelo difusionismo — corretamente criticado por Paulo Freire — a que se sucedeu a preocupação com a relação dialógica e pela semiótica. Assim, também passamos pelas leituras ideológicas dos meios de comunicação, exemplificadas em Eliseo Verón e Armand Mattelart, e, ao sermos assaltados pela racionalidade tecnológica, chegaram-nos alternativas com Michel de Certeau e Williams, mais as preocupações latino-americanas de Canclini, Barbero, Jimenez e outros.

Interessante que, a exemplo do grande aprendizado que tivemos com as práticas culturais dos grupos sociais subalternos, ainda não temos um nome para dar à prática de descodificação dos receptores segundo suas possibilidades culturais. O fato é que temos dúvida a respeito do poder transnacional da informação e sua influência na cultura, mas também as populações sabem disso. O problema central é que a operação de revalorização cultural não poderá passar mais pelo nacionalismo, nem pelo completo individualismo, nem pela velha ótica revolucionária, também massificante. As novas vacinas culturais (e portanto comunicacionais) não serão um ato de vanguarda, mas uma seqüência de acompanhamentos e descobertas, de leituras conjuntas e organização contínua de alternativas, que não desconsiderem as diversas estruturas de poder e os diversos movimentos da sociedade civil. Regina Festa e Luiz Fernando Santoro, em texto recente da revista *Comunicação e Sociedade*, apontam as seguintes ações:

1. Fortalecimento e organização de movimentos sociais em defesa da democracia, da democratização dos meios de comunicação, do pluralismo de idéias, para garantir os direitos civis, o direito de defesa e de acesso à informação e aos meios de comunicação.

2. Formação de blocos parlamentares progressistas para mudar as leis

de comunicação e telecomunicações, regulamentando-as e adaptando-as às novas tecnologias e às necessidades da sociedade como um todo.

3. Circulação de informações por todos os setores da área de comunicação, que permitam à sociedade e aos profissionais não ficarem omissos nas discussões por absoluta desinformação.

4. Estabelecimento de canais que possibilitem aos vários setores sociais participarem das discussões sobre comunicação em geral e, particularmente, no estabelecimento de mecanismos de controle social sobre a propriedade e o funcionamento dos meios de comunicação. Alguns exemplos: conselhos de comunicação, associações de telespectadores, TVs de acesso público, etc.

5. Implementação de leis protecionistas com respeito à produção local e regional (com base na qualidade), além de incentivos à produção cultural, que possam reduzir a importação de programas.

6. Preparação formal e informal de comunicadores conscientes da vulnerabilidade do atual processo de comunicação para a verdadeira democracia.

7. Pesquisa e estudo sobre o funcionamento do mercado nacional, regional e internacional, procurando antecipar-se às mudanças e possibilitar a reflexão projetiva, segundo os interesses e necessidades sociais.

8. Fortalecimento dos espaços existentes para distribuição, formação, co-produções, intercâmbio, exposições, etc. e, sobretudo, a criação de novas ações sintonizadas com as mudanças constantes do mercado.

Na medida em que teremos de conviver com a transnacionalização e com o mercado, vê-se que cresce entre nós a necessidade de estudar e projetar estudos na compreensão mais profunda da rede de relações sociais que dão conta de um painel mais claro do que já denominamos neste trabalho de estruturas de poder, processos de produção simbólica e práticas de descodificação e consumo. Tanto as propostas de Santoro e Regina Festa como os estudos preliminares dos congressos aqui citados e estudos que se realizaram a partir de 1991 nos abrem para a ampliação dos campos de reflexão e ação, não somente para não sermos surpreendidos como temos sido pelos grupos transnacionais e forças oligárquicas, como para sermos coerentes com a multiplicidade cultural concreta dos segmentos étnicos, de classe, de fé e comunitários. Tanto abriremos a nossa cabeça para o político-social, quanto as estruturas curriculares e o espectro dos estudos sobre meios, mensagens, referências, códigos e funções da comunicação. Ao paradigma de um domínio particular privilegiado sugerimos agora a formação de redes de conhecimento. À idéia de comunidade acadêmica propomos o *continuum* da extensão dialógica. À especialidade dos setores na sociedade civil se oferece a alternativa da inter-relação de esforços e experiências. As nossas grandes falhas têm sido na descoberta (porque levantamos somente parte dos véus que recobrem o real), no reconhecimento (porque vemos com óticas muito especializadas) e no acompanhamento (porque caminhamos somente uma légua com o movimento social e não setenta vezes sete). As referências em comunicação e cultura para o novo, perigoso e possível tempo dian-

te de nós precisam ter outro paradigma para as estratégias e as táticas. As táticas não se reduzirão ao pragmatismo incapaz de ver o antes e o depois possível. As estratégias supõem o conhecimento do arco-íris de confrontos e possibilidades e se realizam por metodologias passíveis de avaliação e re-proposição. As estratégias não considerarão somente os inimigos no campo oposto, mas especialmente os companheiros de jornada e batalha. As estratégias já não lembrarão mais de preparação para a batalha, porque há muito batalhamos. Estratégia agora é o nome da mobilização social capaz de obstaculizar a nova etapa de colonização cultural e garantir a cidadania, que é o objetivo maior da comunicação.

Luiz Roberto Alves
Universidade de São Paulo
Instituto Metodista de Ensino Superior de São Paulo