

PROCESSOS MIDIÁTICOS, ALTERNATIVAS E DIREITO À COMUNICAÇÃO NO CAPITALISMO CONTEMPORÂNEO

Valério Cruz Brittos*

Resumo

O presente trabalho traz para a discussão a estreita relação entre capitalismo e comunicação, observando os contornos que essa ligação traz para o campo comunicacional. Defende-se a idéia de que o atual estágio de desenvolvimento da comunicação e que seu papel estruturador da sociedade é o reflexo de transformações que vem se manifestando essencialmente a partir do século XIX e aceleram-se nos decênios finais do século XX. A partir daí, estuda-se a comunicação considerando, acima de tudo, o contexto econômico-cultural a qual se caracteriza pela concentração de capital e, também, o posicionamento do Estado na formulação de políticas públicas.

Palavras-chave: capitalismo, comunicação, políticas públicas.

A comunicação é constituída por uma série de especificidades, que a distingue dos demais campos sociais, todos atuantes sob o manto do capitalismo. Neste sentido, embora o capitalismo, como modo de produção – e mais do que isto, como sistema total, que permeia o conjunto social –, condicione a comunicação, moldando-lhe com lógicas econômicas, o que faz a todos os setores, isto não é completo. A subsunção do campo comunicacional aos ditames da racionalidade econômica, portanto, não é integral. Mas é a partir desta relação cultura e economia política (onde a primeira também influencia intensamente os setores de consumo em geral) que se identifica uma chave explicativa definidora para se posicionar a comunicação atuante sob o capitalismo, já que é neste jogo que se dão até mesmo as aberturas para a incorporação de outras regras e possibilidades. Esta convivência de diferentes lógicas, no âmbito da comunicação e de toda a sociedade, não raro é estimulada, por ser fonte de resultados positivos para o sistema capitalista, na medida em que permitem a apropriação de muitos elementos do cotidiano dos cidadãos, logo os reprocessando no seu interior.

Metaforicamente, o capitalismo é como o ar, que se insere em tudo, e sem o qual se torna inviável a permanência de qualquer setor. Isso não impede a construção de alternativas, incorporando outras normativas com as quais a sociedade convive, assim como outros gases estão presentes na atmosfera. A partir daí, defende-se uma

* Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: <val.bri@terra.com.br>.

abordagem que estude as comunicações em sua relação com o contexto econômico-cultural em que se insere, o qual é caracterizado por distribuição mercadológica dos recursos (inclusive comunicacionais), reacomodação do papel do Estado na definição de políticas públicas, aumento da concentração empresarial e inovação tecnológica intensa. Assim, constitui a meta deste artigo discutir as relações entre comunicação e sociedade no atual período histórico, moldado pelo capitalismo global. O que subjaz a essa discussão é o próprio conceito de comunicação, se a formatação hodierna de indústria cultural é encarada como a final ou se é possível projetar-se processos midiáticos mais pluralistas, numa aproximação comunitária. Conectadamente, passa também pelo estabelecimento dos caminhos de abordagem dos fenômenos comunicacionais.

Na reflexão acerca da comunicação, sua expressão capitalista e as alternativas (a serem trabalhadas, a partir do conhecimento, da prática e da superação humanas), é fundamental o resgate do pensamento de Paulo Freire, buscando o encontro das circularidades comunicacionais com sua potencialidade libertadora e emancipatória. Para avanço nessa direção, é bastante operacional o conceito de direito à comunicação, o reconhecimento da prerrogativa humana não só de receber as informações disponíveis (considerando a pluralidade de fontes, dentre outros aspectos), mas também de comunicar-se, disseminando propostas de sentido aos coletivos. É um direito, portanto, neste estudo concebido como a realização plena do projeto freireano, caminho que pode ser trilhado desde Marx, considerando-se especialmente sua principal contribuição, o método materialista histórico dialético, de onde se extrai a origem das desigualdades reproduzidas socialmente e as possibilidades de seu sobrepujamento, compreendendo-se o paradoxo inerente ao sistema, entre aumento de produção e riqueza concomitante com ampliação de pobreza e miséria.

Neste bojo, demarca-se a organização social contemporânea como uma sociedade midiaticizada, à medida que a mídia funciona como um alimentador do sistema como um todo e das sensibilidades em particular, fornecendo dados para a ação social, modelos de comportamento e balizas para o desenvolvimento de estratégias. Ante isso, propõe-se uma reflexão a partir da Economia Política da Comunicação (EPC), como síntese explicativa da gênese da situação de abismos no acesso à produção, distribuição e consumo culturais, assim como na definição de alternativas, por isso uma matriz capaz de trabalhar com conceitos e autores de diversas linhagens. Busca-se açambarcar a pluralidade social, compreendendo que todos os olhares são possíveis e devem ser respeitados, mas defendendo que o estudo da mídia não pode desconsiderar as

dinâmicas de mercado, o papel do Estado, os movimentos sociais e, mais do que isso, como todas essas forças se conectam, resultando num sistema econômico-social com pretensões cada vez mais totalizantes, cujo avanço tem sido possível grandemente devido à inter-relação com a cultura, a qual também permite a constituição de novas trilhas.

Partilha e educação

A presente discussão não pode ser desconectada da série de transformações processadas no mundo a partir dos anos 70 do século XX, impulsionadas pela mudança do próprio capitalismo, que assume sua condição global de forma mais ampla, por questões econômicas (necessidade de retomada da taxa de lucros), políticas (fim do socialismo real) e tecnológicas (aceleração da inovação). Com isso, a reflexão e o debate sobre o que é comunicação intensificam-se, justamente por sua ascensão a uma posição de centralidade na sociedade capitalista. Nesse momento surge toda uma proposta para definir ou de redefinir o que é o campo da comunicação (normalmente propondo sua redução), uma construção em que, na maioria das vezes, a discussão dos processos políticos e econômicos imbricados com a sociabilidade e as identidades culturais tem sido totalmente esquecida. Torna-se essencial especificar que o campo da comunicação, na concepção aqui externada, remete às práticas, aos ofícios e às reflexões, sendo encarado não só como instrumentalização técnica e produção de sentido, mas também no que representa quanto ao estar no mundo hoje.

A comunicação, enquanto campo de estudos, passa necessariamente pela técnica profissional, num primeiro momento relativa ao jornalista, depois somando as atividades de outras habilitações da área, como relações públicas, publicidade, produção audiovisual e editoração. Isso inclui as incumbências organizacionais (privadas, estatais e do terceiro setor) e suas relações mercadológicas, com o Estado e a sociedade, envolvendo planos locais, nacionais, regionais e internacionais, mas também extrapolando essas divisões. Este caminho choca-se com cisões entre objetos e abordagens teóricas, Graduação e Pós-Graduação, o que não descarta a presumível diferença entre nível de aprofundamento e de planos de ação entre pesquisa, ensino e extensão. “Nessa perspectiva de interação de teoria e prática, de academia e sociedade, o que se projeta é a possibilidade de se formular o problema de pesquisa a partir da experiência concreta da comunicação na sociedade, a partir do dia-a-dia da atividade profissional, e também a partir dos processos de recepção e produção dos sentidos”.¹

¹ BARROS, Laan Mendes de. Comunicação e mercado. **Líbero**, São Paulo, v. 4, n. 7-8, p. 52-59, 2001. p.

A partir da comunicação, as mensagens penetram todas as esferas de atuação humana, sendo ressemantizadas. A sociabilidade é diretamente afetada, assumindo uma conotação também midiática, o que é uma característica do fenômeno denominado midiaticização. Esta sociabilidade contemporânea, então, é resultado de todo um processo interativo, indo de formas mais tradicionais a outras mais complexas, passando por variáveis com maior ou menor assimetria. Vera França complementa que a presença da mídia “não é outra coisa, e não substitui a pulsação da vida. Os meios foram incorporados na vida do dia-a-dia, e eles tanto interferem nas nossas atividades e na construção do sentido como são atravessados pelas atitudes prosaicas que edificam a vida”, tendo como “pequenos exemplos” os vídeos domésticos, as conversas e namoros através da internet.² Todavia, a questão é que a mídia insere-se numa cadeia industrial de produção, distribuição e consumo cultural, onde o receptor tem um papel pré-estabelecido, mesmo quando lhe é *permitido* interagir-produzir.

Reforça-se, diante disso, que o mergulho em microprocessos corre o risco de não diferenciar corretamente que, na interação midiática, o público depara-se com mensagens comunicacionais decorrentes de um recorte da realidade a partir de variáveis e potencialidades muito diferentes daquelas dos encontros entre vizinhos, familiares, amigos e namorados. Nesta realidade, a prioridade dos movimentos reflexivos e propositivos devem envolver a inclusão integral do sujeito, de modo que possa optar entre o que consumir e inclusive participar como produtor (no caso, no âmbito simbólico-cultural, mas não exclusivamente), munido do arcabouço necessário, tanto no plano de formação dos cidadãos, quanto na definição de políticas que estimulem a diversidade e inibam os processos concentradores. Explicitamente, considera-se a inclusão pelo sentido uma possibilidade posicionada numa sociedade marcada pela exclusão material ampliada, o que impede os receptores, em sua grande maioria, de relacionarem-se com a mídia e os produtos culturais numa relação livre, ampla e construtora, neste momento de avanço dos capitais sobre a comunicação.

Na luta pelo avanço do papel da comunicação não-hegemônica deve ser considerado ainda que o espaço local mostra-se revalorizado nesses tempos de globalização capitalista acelerada, o que pode ser um caminho de visibilidade para outros olhares e fazeres. A comunicação, por si própria, deveria corresponder a um

54.

² FRANÇA, Vera Regina Veiga. Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, José Luiz; NETO, Antônio Fausto; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorin, 1995. p. 62-63.

espaço democrático, se for concebida como um lugar de partilha e construção de informações. No entanto, os sistemas midiáticos estão muito distanciados de ambientes de encontro, constituindo-se muito mais em lugares para a fala dos agentes escolhidos, aqueles, que, por características variadas, são eleitos para ilustrarem um dado programa. Esses atores, por sua vez, devem ater-se às pautas pré-estipuladas e manifestarem-se no tempo previamente acertado, que pode variar conforme o resultado da exibição junto à audiência, no caso dos programas ao vivo. Portanto, apesar das alterações que demarcaram a atuação das indústrias culturais, com mais força a partir da última década do século XX, prossegue e até é incrementado o modelo em que organizações capitalistas projetam e executam a circulação de bens simbólicos frente a metas privadas.

É reconhecendo esses limites que devem ser desenhadas as conseqüências dessa dinâmica, em termos de formatação social. Tem-se, como caso geral, uma midiatização precária, que tipifica a contemporaneidade, contrariando toda uma possibilidade de comunicação, midiática ou não, como um caminho de ligação entre sujeitos, de pensar, participar e construir conjuntamente, de transposição de posições estanques, posicionamento tão bem proposto por Paulo Freire. Para ele, numa percepção não-estática das posições de emissor e de receptor, comunicação, sendo educação, “é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados”.³ Com base na práxis e no diálogo, Paulo Freire desenvolveu o que pode ser considerada uma teoria da comunicação, numa visão democrática e horizontal. Isso, no entanto, não significa que tenha dedicado muito espaço à discussão do tema comunicacional em suas obras: na verdade, esse fenômeno é tratado explícita e ordenadamente só no livro *Extensão ou comunicação?*,⁴ em que faz uma apurada crítica ao modelo extensionista rural.

Mas as coincidências entre comunicação e educação são várias, como na passagem a seguir, em que Freire aborda a necessidade do respeito ao sujeito, dotado de posições, identidades e visões de mundo, no processo educacional, o que deve ser aplicado também no espaço midiático:

A educação que se impõe aos que verdadeiramente se comprometem com a libertação não pode fundar-se numa compreensão dos homens como seres “vazios” a quem o mundo “encha” de conteúdos; não pode basear-se numa consciência especializada, mecanicistamente compartimentada, mas nos homens como “corpos conscientes” e na consciência como consciência intencionada ao

³ FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. p. 69.

⁴ FREIRE, Paulo, op. cit.

mundo. Não pode ser a do depósito de conteúdos, mas a da problematização dos homens em suas relações com o mundo.⁵

A presente reflexão leva ao reconhecimento de que a comunicação como encontro, hoje, ainda é mais uma proposição, uma reflexão no plano do dever ser do que no nível do ser, já que ela só se materializa desta forma quando protagonizada por atores que dividem a mesma condição. Mesmo quando abrem brechas para a participação do público, as indústrias culturais o fazem a partir de suas próprias lógicas, cabendo ao telespectador aderir à sua proposta, escolhendo a partir das opções dadas e visando sua própria lucratividade, acima de tudo. Por isso, deve-se pensar que a sociedade também tem fome de comunicação. A miséria comunicacional está instaurada por processos midiáticos marcados pela dificuldade dos diversos agentes em publicizar suas manifestações e pela ausência de condições de educação para todos participarem adequadamente nesse processo. Tratando-se de meios de grande alcance público, a restrição no acesso é de fácil constatação, mas o problema estende-se à recepção, onde as limitações impedem os usuários de decidir e produzir sentido plenamente, incorporando referências culturais e educacionais importantes para a relação simbólica.

É instaurado o que se concebe como miséria comunicacional, onde o consumidor participa da relação com uma enorme desigualdade com relação ao produtor: o processo de produção é praticamente fechado – pelo menos por parte da grande mídia – à sociedade em geral, e há uma enorme e crescente concentração nos mercados. Diante disso, é impossível imaginar a comunicação sem pensá-la instaurada numa sociedade excluída e excludente, onde grande parte dos cidadãos não pode nem ser incluída nesta categoria, por não ter acesso a uma série de fatores.⁶ Enquadra-se no quadro de uma comunicação fortemente dominada por conglomerados de origens diversas e pelo capital financeiro a substituição da idéia de sociedade da comunicação pelo conceito de sociedade da informação, ocorrida nos decênios finais do século XX. Ao lado do incremento da dominação industrial sobre as relações simbólicas, outro traço da contemporaneidade é a multiplicação de experiências de comunicação alternativa, paradoxalmente revelando-se uma potencialidade liberada pela própria tecnologia, só possível porque historicamente os atores sociais conseguiram efetivá-la.

Alternativa e acesso

⁵ FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 39. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2004. p. 67.

⁶ Isso leva a pensar num outro mundo, numa sociedade que respeite a pluralidade dela própria, abrindo espaços comunicacionais e propondo um novo patamar social, a partir da comunicação. Contudo, uma nova sociedade não se exaure com uma nova comunicação, já que esta é ponte de todo um processo de mudança, mas não fim único.

Freqüentemente os ensaios alternativos dão-se de forma errática, por envolverem não só os movimentos sociais, mas projetos de cidadãos desvinculados de grupos organizados. Ao mesmo tempo, revelam-se não raro sem uma meta político-econômica definida, enquanto outros buscam construir saídas para melhor administrar suas entidades como organizações capitalistas, propondo uma inclusão no capitalismo. Também tendem a reproduzir a forma de fazer das indústrias culturais, que se tornam o modelo a ser seguido por todos: e se não produzem mais aproximadamente desse exemplo, é porque não conseguem, por falta de recursos variados (especialmente econômicos e mesmo de tradição midiática, já que se trata de um setor onde o domínio é obtido em grande medida pelo fazer, próprio da economia da aprendizagem). Percorrendo essas trilhas, tendem a legitimar o capitalismo, pouco o desafiando. Apesar disso, repercutem na sociabilidade e, dependendo da evolução dessas ações (em parte) alternativas (não só no nível comunicacional), bem como da capacidade de reação da comunicação hegemônica, podem, no futuro, permitir novos avanços e rupturas.

Seja como for, os espaços alternativos, hoje, em seu conjunto já garantem alguma contribuição, por permitirem maior interação entre atores que, de outra forma, teriam enorme dificuldade de articulação, o que tem permitido mobilizações. Mas o passo maior, que é o avanço na linha apontada por Freire, requer a identificação da comunicação como um espaço de edificação de possibilidade de trocas mútuas, constitutivas de um todo superior, o que não se coaduna com o projeto hegemônico, delimitador do capitalismo desde o seu início, que tem na técnica o principal instrumento. Com a redução da comunicação à sua condição tecnológica, como se processa cada vez mais sob o capitalismo, mais uma relação social é reificada, esvaziando-se em seu potencial de aproximação, construção e transformação. Diferentemente desse caminho, concorda-se com Bakhtin, quando afirma que “duas vozes são o mínimo de vida, o mínimo de existência”.⁷ Incorporando-se a afirmativa ao problema das dinâmicas comunicativas contemporâneas, sustenta-se que inexistente comunicação plena no modelo de fala única ou resposta induzida, que se torna o padrão até para alternativos.

Numa concepção freireana, comunicação, assim como educação, é comunhão, é muito mais do que transferir conhecimentos, do que passar algo de um ser humano para outro, fornecendo pensamentos e saberes, o que, automaticamente, tem implicado em

⁷ BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005. p. 257.

ampliar o poder do transmissor (até porque a transmissão via de regra é parcial, restando ao emissor uma margem de informações, não raro as mais relevantes, guardadas como ponto de manutenção da situação de domínio). Ambas devem ser geradoras (e não repassadoras) de conhecimento, o que invoca o estímulo à criatividade, à consciência crítica e ao espírito de reflexão dos atores envolvidos no processo, no lugar do autoritarismo tradicional. Para as duas áreas (que podem fundir-se numa só, dependendo da conceituação adotada para cada uma), vale a idéia, também de Freire, de que as relações estabelecidas devem ser de “autêntico diálogo”, com os sujeitos “mediatizados pelo objeto a ser conhecido”.⁸ Aplicando o raciocínio à mídia, se esta vê o público como um simples elemento a ser conquistado, adotando estratégias de soma de consumidores, contribui pouco para um conhecimento efetivo, no plano dialogal.

A aproximação da comunicação à educação, enquanto horizonte a ser perseguido, é um ponto de vista sintonizado perfeitamente com a Economia Política da Comunicação, que, a partir do método materialista histórico dialético – assim enfrentando-se com a materialidade da prática do ser humano, numa trajetória histórica, com tudo o que isso representa de mutação e reprodução –, busca não só descobrir as leis que regem os fenômenos, no caso, midiáticos, mas também vislumbrar novos horizontes. Esse comprometimento é destacado por Golding e Murdock, ao apontarem como qualidades da EPC a filosofia moral, a práxis, a transformação e a totalidade social, resumidamente abarcando os valores formadores do comportamento social, a união entre teoria e prática, a compreensão da mudança histórico-social e o estudo do fenômeno social em seu todo.⁹ Trata-se de uma postura teórica no melhor sentido do termo, pois é uma atitude ante o objeto empírico e com o desenvolvimento-resultado da pesquisa, implicando em um compromisso com o rigor científico, mas também com o vínculo social da ciência, em sua capacidade de transformar estruturas e sujeitos.

Se comunicação (e educação) é comunhão, é necessário, antes de tudo, que sejam garantidas condições para a sua consecução, o que demanda investimentos do Estado e envolvimento de toda a sociedade. Para atingir tal cenário, mudanças de toda a ordem são necessárias, mas uma das trilhas exequíveis (apesar das dificuldades) é percorrida através do direito à comunicação, ainda pouco tipificado, mas que, grosso

⁸ FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade**: e outros escritos. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. p. 49.

⁹ GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham. Culture, communication and political economy. In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael (Eds.). **Mass media and society**. London: Edward Arnold, 1991. p. 15-32.

modo, consiste em assegurar à coletividade, sem restrições econômicas, o acesso mais amplo possível às informações sobre os diversos setores sociais, assim como a possibilidade de que participem da arena pública, levando conteúdos acerca de toda sorte de temática, ainda que esses posicionamentos contrariem grupos dominantes. Ocorre que, no nível de complexificação que as sociedades capitalistas atingiram neste século XXI, tal direito depende muito da ação estatal, assegurando participações, por intermédio da regulamentação, criação de infra-estrutura e fiscalização. Esse direito repercute sobre toda a democracia, que pode aproximar-se bastante de um modelo participativo, fundamental se aquela for considerada mais como um processo contínuo.

A idéia de comunicação como um direito é historicamente recente, remetendo ao final dos anos 60 do século XX, não tendo sido incorporada à legislação internacional, embora já haja algum reconhecimento da prerrogativa jurídica do acesso da sociedade civil à mídia em dados países, como Espanha e Portugal, que estabelecem o direito de antena. No Brasil, o estágio do debate ainda é inicial:

Existe o entendimento minoritário de que o direito de comunicação já está previsto na Constituição Federal de 1988, no seu artigo 220, que dispõe sobre a proibição de restrições à manifestação do pensamento e à liberdade de expressão e informação. Na prática, no entanto, muito pouco ou nada se faz, por parte do Estado, para a efetivação deste direito, não obstante os esforços realizados por diversas organizações da sociedade civil. O direito à comunicação também não consta na pauta da grande indústria da mídia, pois esta seria a maior prejudicada com sua institucionalização, na medida em que isto representaria perda de sua plena liberdade atual para midiaticização. Há uma falta de divulgação do tema, tendo em sua base interesses mercadológicos, fazendo com que a sociedade sequer tenha conhecimento do problema.¹⁰

Em realidade, o direito à comunicação é intrinsecamente prejudicado no capitalismo (definido como mais do que um modo de produção, como um sistema civilizatório ininterrupto). Isso porque a organização dos processos de produção e distribuição cultural de forma privada é, por si só, um limitador de sua plena realização, sendo sua lógica incompatível com a publicização plena dos bens culturais, acontecimentos, demandas e identidades. Ao mesmo tempo, a formatação oligopólica que os mercados tendem a assumir no capitalismo impede a livre circulação de idéias e

¹⁰ BRITTOS, Valério Cruz; COLLAR, Marcelo Schmitz. Direito à comunicação e democratização no Brasil. Rio de Janeiro, 2007. In: PIERANTI, Octavio Penna; SARA VIA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos (Orgs.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: FGV, 2007. No prelo.

proposições. Sendo assim, trata-se de atenuar o problema da restrição ao direito comunicacional. Em sociedades mais avançadas, em termos de controle público sobre os mercados, as indústrias culturais têm seus processos relativamente limitados pelo Estado e fiscalizados pela sociedade civil (historicamente um espaço de luta, enquanto o terceiro setor é pseudamente neutro). No Brasil, isto se manifesta de forma específica, entre uma tradicional plena liberdade para mediação e uma contra-força atual, de crescente preocupação com as consequências das ações da mídia.

Entretanto, o mínimo de interferência social identificada hoje em torno da ampla liberdade das indústrias culturais para mediar deve ser interpretado como um afastamento, na prática, do ideal do direito à comunicação, pois tal liberalidade é uma ampliação do controle privado e, concomitantemente, um distanciamento do projeto de partilha. A sociedade pede (com legitimidade) mais lógica pública sobre um negócio que trata com os sentidos coletivos num período em que o Estado, relativamente desafiado pela implantação do neoliberalismo, em meio ao capitalismo global, revela-se enfraquecido para implantar políticas públicas que passem, ainda que com distanciamento, pelos princípios que regulam o direito à comunicação. No caso brasileiro, nota-se com muita clareza a reação dos operadores de radiodifusão ante qualquer proposta de regulamentação, especialmente se envolver os conteúdos, como nos casos de criação da Agência Nacional do Audiovisual e do Conselho Federal de Jornalismo, cujos projetos não avançaram, justamente pela oposição dos empresários do setor comunicacional, que logo taxaram as medidas como censura.

Ainda que se tenha governos particularmente sensíveis aos pleitos dos radiodifusores, o imobilismo governamental não é total. A classificação indicativa do Ministério da Justiça e a criação de uma rede nacional de televisão pública foram duas iniciativas do Governo Luiz Inácio Lula da Silva que logo foram combatidas, mas não foram obstaculizadas, mesmo com campanhas de construção de uma realidade parcial, muito distante da objetividade apegoada. Neste quadro, teve um papel preponderante o *Programa do Jô*, da Rede Globo, reiteradamente colocando que a classificação indicativa poderia representar o início de tempos sombrios, de censura, sem abertura para o controverso. Nessa campanha, contou com depoimentos informais de seus entrevistados, especialmente os da classe artística, que, cooptados pelo ideário pós-moderno, acreditam numa liberdade descompromissada do sujeito, sem vínculo social, quando isso é, na essência, a liberdade de mercado. A TV pública foi também

combatida, pois representa, em alguma medida, novos elementos para a disputa da audiência, além de fornecer outras versões do mundo social e possíveis espaços inovativos.

Considerações conclusivas

O Brasil vive um momento rico. De um lado, a introdução de uma inovação tecnológica do porte da televisão digital terrestre permite que se façam avanços, mas também que se cristalizem posições. De outro, a sociedade civil mostra-se mais despertada para influenciar nas temáticas midiáticas, ao mesmo tempo em que as indústrias culturais sofisticam suas formas de disseminação de mensagens e conquista de adeptos ao modelo capitalista, onde a regulamentação da comunicação é logo taxada – erroneamente – como censura. Em meio a isto, o país procura seu lugar na economia internacional, espremido entre sua tradição de exportador de matérias primas e a expectativa (mais da intelectualidade do que das elites governamentais) de tornar-se um gerador de conhecimento, nesta sociedade info-industrial. Este contingente de problemas e caminhos, entrelaçados em diferentes posições, motivos e posturas, conduz a novas discussões, onde pode inserir-se o premente tópico do direito à comunicação, indicativo de maior aproximação horizontal. Assim, cabe à ciência radiografar a realidade, assim como buscar superá-la, propondo outros cenários.

No caso comunicacional, o momento de transição para o patamar digital estimula o debate sobre a mídia e o direito à comunicação. Não obstante a alteração tecnológica transcorre atendendo imperativos do capitalismo, a fim de conquistar novas fases de desenvolvimento, também pode servir para a proposição de correção de rumos e abertura de pequenas brechas no sistema. Debater comunicação e cultura, na atualidade, acaba sendo a discussão do conjunto de campos sociais. Isso porque não só a cultura penetra na produção de mercadorias, mas porque a comunicação e o mundo simbólico em geral incorporam crescentemente traços dos demais setores econômicos, o que não representa ruptura radical com o momento pretérito, mas primordialmente acentuação de seus caracteres e efeitos. É este o pano de fundo, a cena principal e as eventuais superações que podem estimular o debate do conhecimento e da partilha neste século XXI, pensando-se num campo da comunicação abrangente, não reduzido a uma engenharia, mas que busque compreender o histórico de avanço da racionalidade capitalista, analisando-a nas bordas da economia e da política.

Referências Bibliográficas

- BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005.
- BARROS, Laan Mendes de. Comunicação e mercado. **Líbero**, São Paulo, v. 4, n. 7-8, p. 52-59, 2001.
- BRITTO, Valério Cruz; COLLAR, Marcelo Schmitz. Direito à comunicação e democratização no Brasil. Rio de Janeiro, 2007. In: PIERANTI, Octavio Penna; SARAVIA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos (Orgs.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: FGV, 2007. No prelo.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga. Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, José Luiz; NETO, Antônio Fausto; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorin, 1995. p. 62-63.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 39. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2004.
- FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade: e outros escritos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham. Culture, communication and political economy. In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael (Eds.). **Mass media and society**. London: Edward Arnold, 1991. p. 15-32.