

GT 6 - Ideologias, cultura e meios de comunicação

Economia Política da Comunicação e as lutas sociais na América Latina

Karime Peres Vilela*
Talyta Elen Ferreira Teodoro**

Resumo

O presente estudo analisa as lutas sociais na América sob o olhar da Economia Política da Comunicação e da Comunicação Popular. O objetivo é investigar as reconfigurações dos meios de comunicação em sua relação com o neoliberalismo. Portanto, os movimentos sociais e seus respectivos contextos são relevantes para uma análise comparativa da manipulação midiática na contemporaneidade. A análise apontou que há uma preocupação da indústria cultural com a ascensão dos movimentos sociais.

Introdução e Justificativa

É notável o avanço da extrema-direita na América Latina e a colaboração das mídias para que isso se perpetue. Também é possível perceber o crescimento das mídias independentes nos processos sociais, e o quanto isso se faz necessário neste momento. Para compreender tal processo, o objetivo deste estudo consiste na análise dos meios de comunicação nas práticas neoliberais. Entende a influência da lógica capitalista em oprimir as minorias. Assim, a referida pesquisa busca responder os motivos pelos quais a emancipação das pessoas não é favorável ao capitalismo.

Partindo da premissa das lutas sociais com a teoria de Fernandes (1975), dos elementos que são utilizados para a manipulação da sociedade, as formas como isso acontece, os conceitos formulados de acordo com o modo de produção capitalista, discutir os meios de comunicação e como os movimentos sociais precisam se apropriar dessas ferramentas de comunicação para informar. Mostrando que não ocorre como uma escolha, as pessoas são condicionadas a pensarem. Entretanto, os impactos econômicos na política vem se permeando nos meios de comunicação. Em seguida,

* Mestranda em Comunicação na Universidade Estadual de Londrina. Contato: karime.peres.vilela@uel.br.

** (Mestranda em Comunicação na Universidade Estadual de Londrina. Contato: talyta.elenferreira@uel.br.

trata-se de constatar que a forma comunicação não é neutra, uma vez que a base ideológica é excludente, ou seja, o pensamento social é moldado pelas convicções da burguesia.

Contudo, é preciso argumentos históricos para justificar que é imprescindível uma comunicação que advenha das camadas populares. O artigo evidencia que a indústria cultural é responsável pelas contradições da comunicação como forma social, diante de uma perspectiva popular. Vale ressaltar que o estudo é empírico e o olhar no qual é feita a análise encontra-se no âmbito da Economia Política da Comunicação e da Comunicação Popular.

Um resgate histórico das lutas sociais contemporâneas

Os movimentos sociais na América Latina são plurais e diversos, porém existem pontos que se interligam e se tornam um objetivo conjunto, como por exemplo, a luta contra a dependência e dominação histórica imposta pela Europa e Estados Unidos, e a marginalização do povo preto, pobre, campesino e indígena. Essa luta começa a se evidenciar após o processo de invasão dito “colonização” da Abya Yala, com mecanismos de dominação genocida e de exploração dos povos originários que aqui habitavam, e dos negros trazidos violentamente da África para nosso continente. No livro *Capitalismo Dependente e Classes Sociais na América Latina*, o sociólogo Florestan Fernandes aponta um pouco sobre o processo de dominação ao qual estamos imersos.

Em consequência a institucionalização política do poder era realizada com a exclusão permanente do povo e um sacrifício consciente de um estilo democrático de vida. A integração nacional como fonte de transformações revolucionárias e desenvolvimento econômico, sociocultural e político tornou-se impossível (FERNANDES, 1975, p.13).

A insatisfação com esse sistema de dominação fomentou a luta popular e a necessidade de se ter voz, e para que isso ocorra é necessário a disputa pelos meios de comunicação, para além do ato de se fazer ouvir, mas principalmente pelo fazer político. Atualmente, na América Latina vivemos um cenário de ascensão da direita, que se deu a

partir de golpes em países que vinham propondo políticas públicas progressistas, ocorrendo a desestabilização da democracia, e fazendo de nosso território um espaço de exploração da mão de obra e recursos naturais, dando continuidade à uma política imperialista de massacre dos povos e destruição de culturas, para se perpetuar um sistema de dominação. Essa estratégia adotada pelos partidos conservadores e ultraliberais só foi possível através da utilização dos meios de comunicação hegemônicos.

A América Latina vem de intensos processos de lutas sociais, considerada pela autora Chilena Marta Harnecker como “laboratório neoliberal” do imperialismo, mas que também foram os pioneiros na rejeição a essas políticas. A autora aponta alguns dos principais processos que marcam a história latino-americana, como o Caracaço que ocorreu na Venezuela em 1989, provocando uma enorme explosão social contra as medidas econômicas de Carlos Andrés Pérez pelo Fundo Monetário Internacional:

O pacote implicava, entre outras coisas: a redução dos gastos públicos, a liberação dos preços, a liberação do comércio, a promoção do investimento estrangeiro, a privatização das empresas do estado. Mas a causa imediata da rebelião popular foi o aumento do preço do transporte como consequência a alta do preço da gasolina (HARNECKER, 2018, p.30).

O nome Caracaço se deu por ter sido Caracas o principal centro de reivindicação, que ao final resultou em um massacre da população no que foi considerado uma ruptura no processo histórico da Venezuela.

Em território nacional, nos últimos anos iniciou-se um processo de desconfiguração da imagem do partido dos Trabalhadores por meio de acusações propagadas pela mídia, o Brasil não é o único, até hoje a imagem que se tem da Venezuela é baseada no que passa na televisão, e não em um estudo do processo revolucionário, Cuba então é quase um modelo do processo de demonização da mídia. Evidente que mais adiante o processo de globalização impacta diretamente nos meios tradicionais de comunicação da “grande mídia”, o consenso é de que a globalização intervém nas relações sociais e políticas que possuímos. Mas, precisamos analisar de forma crítica até onde a globalização chega, pois muito do que vemos atualmente é uma exportação da cultura eurocêntrica e norte-americana impulsionada pelos meios de comunicação, e que cabe, portanto, aos comunicadores utilizar dessas plataformas para

despertar o interesse da sociedade e, principalmente, trazer a consciência coletiva da abundância de saberes ancestrais que nosso continente carrega, e o quanto nossa história tem sido marginalizada pela globalização.

Além do potencial econômico, possuímos um histórico de luta e resistência frente ao laboratório neoliberal instalado em nossa Abya Yala, nome dado ao nosso continente, segundo o Instituto de Estudos Latino-americano pelo povo Kunan, encunhado nos processos de emancipação, visa um sentimento de unidade e pertencimento. Depois de um sonho efêmero, sobre uma democracia plena em países como a Bolívia, o Brasil, Equador e Uruguai que vivenciaram governos progressistas, nos encontramos novamente imersos na garra das mídias hegemônicas, que insistem em defender este projeto de dominação e exploração. Contudo, é necessário pensar em alternativas para reverter esse cenário.

Os impactos econômicos no âmbito político

O neoliberalismo está presente na configuração econômica da maior parte dos países na sociedade atual. Refere-se a uma teoria econômica que pede que o Estado interfira na economia o mínimo possível. As pessoas que defendem esse modo político argumentam que Estado e Mercado não podem caminhar juntos, reforça Dourado e Rêgo (2013).

O neoliberalismo é uma reformulação do liberalismo. O primeiro governo neoliberal foi em 1979, na Inglaterra, durante o mandato da primeira-ministra Margareth Thatcher. Depois disso, as práticas neoliberais ganharam espaço, e os princípios básicos deste sistema político passaram a se consolidar, operando como sustentação política e ideológica para a globalização econômica. Com isso, o empresariado vê nos meios de comunicação um lugar eminente para a propagação de seus negócios.

O Brasil foi reflexo disso no golpe de Estado contra a presidenta Dilma, uma vez que o golpe teve aspecto midiático e, isso fez com que a população saísse para as ruas e apoiassem o desmonte de seus próprios interesses. No discurso de Dilma, no dia que o golpe avançou, ela dizia que era um golpe misógino, racista e lgbtfóbico, posteriormente, as estatísticas constatam a intensidade do discurso. Braz (2017), conta que foi um golpe

que utilizou as poderosas armas da mídia burguesa, que contribuiu para a criação de uma situação deliberada, que afundou não apenas Dilma, mas levou o país a uma grave crise econômica.

Portanto, compreende-se que os impactos econômicos no âmbito político na contemporaneidade, tem a intenção de reorganizar as políticas sociais para uma fase profunda de políticas de austeridade, que pesem sobre as minorias. A privatização segue tirando a riqueza nacional, uma vez que isso resulta em condições propícias para a acumulação do capital. O momento requer atenção e a construção de uma base que resista aos avanços neoliberais.

Economia Política da Comunicação

Bolaño e Jacks (2019) falam que a Economia Política da Comunicação (EPC) e os Estudos Culturais (EC) convivem no âmbito da Comunicação desde a década de 1980. Após quarenta anos, é nítido que para além de conversar com outras escolas, de outros lugares, o pensamento comunicacional na América Latina segue com potencial de elaborar pesquisas em nível regional e internacional, que encarem os desafios da nova realidade. A contribuição da EPC advém da capacidade de compreender os estudos de Marx e de padrões tradicionalmente estabelecidos, que constituem ameaças do pensamento econômico e das ciências sociais e humanas no geral, constata Verlane (2019). Verlane também coloca que o conceito de indústria cultural aparece como ponto central para os entendimentos da EPC, uma vez que ele define o processo de expansão da lógica mercantil sobre a cultura.

A expressão indústria cultural foi vista pela primeira vez na “Dialética do Esclarecimento” que Adorno e Horkheimer publicaram em 1947, em Amsterdam e, já se falava em “cultura de massas”. O termo cultura de massas foi substituído por indústria cultural, para desligá-la de algo que brota espontaneamente das próprias massas, como a arte popular. A indústria cultural combina o consuetudinário com uma nova qualidade.

Os produtos para o consumo de massas são determinados por estes próprios produtos. Indústria Cultural é a integração definida por seus consumidores. Ocorre uma

harmonia coagida das esferas de arte superior e inferior, que estavam distantes durante anos.

Hoje, como em tempos passados, a indústria cultural constitui-se em “serviços” e apresenta sua aproximação com o processo de circulação do capital. A sua ideologia é como um empréstimo da arte individualista e da sua exploração comercial. A técnica da indústria cultural se relaciona com a organização da coisa em si, à uma lógica interna, sendo uma lógica que tem como prioridade a distribuição e a reprodução mecânica.

A indústria cultural tem por objetivo passar a sensação de que não existem regras para uma vida feliz, mas exigências e adaptações que propiciam vantagens aos mais potentes interesses. A conformidade que a indústria cultural distribui reforça uma irracional autoridade. A indústria cultural impede a formação de indivíduos autônomos, capazes de julgar e se decidir conscientemente, é ela quem minoriza as massas e as interrompe da emancipação, em que as pessoas seriam maduras, já que as forças produtivas da época permitem, explica Adorno em *Résumé sobre indústria cultural*.

Para prejuízo das artes, a arte superior com a reflexão sobre o efeito, esquece a seriedade e a inferior com a domesticação civilizatória, perde a força de oposição que possuía, antes da dominação total do controle social. As massas é um fator secundário, entendido no cálculo do mecanismo, pois a indústria cultural analisa o estado de consciência e inconsciência dos indivíduos. O consumidor é o objeto da indústria cultural, o espírito que as técnicas propõe, a voz de seus senhores é muito mais relevante que as técnicas de comunicação.

Para reforçar sua mentalidade imutável, a indústria cultural passa de todos os limites, o que poderia ser utilizado para modificar essa mentalidade é por ela eliminado. A ideologia da indústria cultural só existe devido a adaptação das massas. Brecht e Suhrkamp (1963) falam que as mercadorias culturais são conduzidas pelo princípio da sua valorização e não pelo seu próprio conjunto de ideias e sua forma adequada.

As criações do espírito da indústria cultural se motivam pelo lucro, sendo que foram colocadas como mercadorias e garantindo sustento a seus autores. Novo é o imediato, que é um efeito calculado com precisão nos seus produtos mais típicos. Sem a consciência de seus promotores, a indústria cultural tendencialmente acantona a obra de arte.

Os responsáveis pela indústria cultural podem ser órgãos executivos que detém o poder, e que estão à procura de novas possibilidades de investimentos nos países economicamente mais desenvolvidos. A cultura nunca se limitou a obedecer, mas elevou o protesto contra as rígidas condições em que os seres humanos viviam e as respeitou, e se adaptou ao modo de vida das sociedades. O consumidor é averiguado para um consentimento geral e acrítico, uma vez que o produto da indústria cultural é seu próprio reclame.

Movimentos sociais e comunicação

O trabalho busca responder como a comunicação popular tem sido utilizada dentro dos movimentos sociais na América Latina, principalmente em frentes internacionalistas que visam um processo político pedagógico de integração, através das lutas travadas em nosso continente. A comunicação tem exercido um papel fundamental em nossa sociedade, tanto para potencializar o alcance de reivindicações sociais, quanto para propagar discursos de ódio.

(...) alguns fatos recentes acionaram o sinal de alerta. Em diversos países foram eleitos políticos ultraconservadores, que se valeram da difusão de informações falsas por meio das redes sociais, aplicativos de mensagens e, muitas vezes, do apoio da mídia tradicional para chegar ao poder (MARTINS,2020, p.12).

Através dessa percepção, o trabalho pretende evidenciar a importância de uma comunicação que surja de outras camadas da sociedade, que venha de baixo para cima, na disputa dos meios hegemônicos, que seja a porta-voz das reivindicações latentes e, principalmente, que seja uma ferramenta de desenvolvimento humano por meio da participação popular. A constituição bolivariana (1999) destaca a importância e a forma pela qual esse desenvolvimento é conquistado:

Ali se diz que a participação do povo na formação, execução e controle da gestão pública é o meio necessário para conseguir o protagonismo que garanta seu

completo desenvolvimento, tanto individual, como coletivo (HARNECKER, 2019, p.107).

Um dos desafios que a comunicação popular coloca é romper com a passividade das pessoas, pois tradicionalmente somos educados a ser receptores e com isso não nos damos conta de que existe uma forma de comunicação ao qual podemos nos inserir, como a autora Cecilia Peruzzo (1998) baseou sua pesquisa, porque muitas vezes possuímos uma visão alienada da comunicação, ou seja como algo de outro. Um desafio seria romper com a ideia que se tem de meio de comunicação, pois a autora aponta que esses meios podem ser participativos. Ela propõe uma reflexão acerca da participação pensando no protagonismo dessas instituições, já que desde o período colonial vivemos uma reprodução eurocêntrica de valores totalitário, que restringe a participação,

Diante dessa situação, concordamos com Demo, ao afirmar que a participação não é dada, é criada. Não é dádiva, é reivindicação. Não é concessão, é sobrevivência. A participação precisa ser construída, forçada, refeita e recriada (PERUZZO,1998, p. 75).

A partir disso a autora classifica níveis de comunicação para contribuir com o avanço em qualidade participativa e na conquista de cidadania da sociedade, ao qual podemos pensar no contexto latino-americano, pois o trabalho busca discutir a participação popular na comunicação como um elemento significativo na ampliação dos saberes ancestrais e críticos de nosso continente. Para o processo de integração podemos analisar sob a luz de Nestor Garcia Canclini em seu livro Culturas Híbridas (2008), onde o autor aponta que é necessário romper com a dualidade que nos separa, e extinguir as definições limitantes que nos impede de sermos protagonistas de nossa própria história, de ocupar os meios de comunicação ditos massivos e sua apropriação simbólica, visto que a modernidade não é uma via de mão única, e que existem possibilidades, sendo possível uma comunicação que abarque diversas outras formas de manifestações culturais, para que assim se possa construir representações plurais e verdadeiras de nossa Abya Yala.

É necessário utilizar a comunicação como facilitadora para que um determinado

grupo faça e exerça essa prática social e política, que propõe mudanças do ambiente, debates políticos, conscientização, ou seja, todo trabalho político que a grande mídia não propõe, nesse sentido que os meios comunitários tem um grande papel no exercício da cidadania, porque a comunicação popular traz o potencial de mudança na sociedade quando propõe fazer diferente do que vinha sendo feito.

Portanto, esta pesquisa busca evidenciar o caráter transformador dessa forma de se fazer comunicação, e seu potencial questionador, político e integrador, pois entende os indivíduos como sujeitos históricos capazes de narrar a realidade que os cerca.

É importante que profissionais da comunicação compreendam a realidade através de uma perspectiva mais ampla e diversa, analisando os principais acontecimentos decorrentes das relações políticas, dentro de uma ótica crítica, para que assim se exerça a profissão não apenas de forma estratégica, mas plural e em constante contato com a interculturalidade das relações contemporâneas.

Considerações Finais

A reflexão acerca da contemporaneidade passa diretamente pelos meios de comunicação, que são de fato, a principal ferramenta de difusão da realidade, muitas vezes baseadas no eurocentrismo e na desvalorização dos saberes ancestrais, da difusão de um modo de vida americano, que massacra a cultura popular dos países latino-americanos, e promove golpes de estado visando a manutenção desse sistema de exploração e dependência. Analisando esses fatores, enquanto comunicadoras percebemos a necessidade de romper com esse padrão de consolidação das mídias hegemônicas e ir contra a corrente, pensando a comunicação de uma nova perspectiva, uma perspectiva autóctone, que foi construída no seio das reivindicações políticas:

É no bojo do desenvolvimento que o Brasil intensifica a importação de padrões culturais, transplantando estilos de vida, processos produtivos e sistemas de organização peculiares aos países capitalistas avançados” (PERUZZO, 1982, p. 13).

E por isso, a comunicação tem profunda ligação com os movimentos sociais, se tornando uma ferramenta importante para o protagonismo social, principalmente para a integração latino-americana através da transmissão do conhecimento verdadeiro da

nossa história, de nossa importância enquanto continente, de nossa pluralidade cultural e étnica, da trajetória política de resistência e criatividade em construir uma realidade, baseada no que somos, sentimos e vivemos.

Portanto, acreditamos na importância e na responsabilidade que possuímos de construir uma comunicação que expresse as lutas mais profundas travadas pelos negros, indígenas, pelas mulheres, pela população LGBTQIA+, travada por essa terra que luta e sangra todos os dias para continuar existindo nesse sistema de dominação. Mostraremos nossa força e nossa voz, para que todas e todos sejam ouvidos e estejam plenamente na esfera pública gerando debates, trocas e conhecimento.

Referências

ADORNO; T. **Résumé sobre indústria cultural.** Disponível em:
http://www.nupese.fe.ufg.br/up/208/o/ADORNO_-_R%C3%A9sum%C3%A9_sobre_ind%C3%A9stria_cultural_-_Adorno.htm?1349567486.

Acesso em: 13 jun. 2019.

BOLAÑO, C; JACKS, N. **Economia Política da Comunicação e Estudos Culturais na América Latina.** Disponível em:

<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/11502/8753>. **Acesso em:** 13 jun. 2021.

BRAZ, M. **O golpe nas ilusões democráticas e a ascensão do conservadorismo reacionário*.** Disponível em:

<http://www.cressrn.org.br/files/arquivos/Dp3B85ozE5qPk5q49pd9.pdf>. **Acesso em:** 13 jun. 2021.

DOURADO, J; RÊGO, I. **Economia Política da Comunicação e uma Reflexão Teórica sobre a Mídia nas Sociedades Capitalistas.** Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0591-1.pdf>. **Acesso em:** 13 jun. 2021.

FERNANDES, Florestan. **Capitalismo dependente e classes sociais na América Latina**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

HARNECKER, Marta. **Um mundo a construir**. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

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

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling. **Comunicação nos Movimentos Populares: a participação na Construção da Cidadania**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo: Cortez, 1982.

SANTOS, V. **Um diálogo com os Estudos Culturais, a partir da EPC**. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/11504/8755>. Acesso em: 13 jun. 2020.