

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS

Reitor

Pe. Aloysio Bohnen, SJ

Vice-reitor

Pe. Marcelo Fernandes de Aquino, SJ

 EDITORA UNISINOS

Diretor

Carlos Alberto Gianotti

Conselho Editorial

Antônio Carlos Nedel
Carlos Alberto Gianotti
Fernando Jacques Althoff
Pe. José Roque Junges, SJ
Werner Altmann

Tiago Costa Martins

Tópicos de teoria da comunicação

Processos midiáticos em debate

Pedro Gilberto Gomes

2ª edição

EDITORA UNISINOS
2004

GRUPO 30 (1922-1999)
122-149

Os primeiros trabalhos

No continente latino-americano também se pensou em termos de teoria da comunicação. Anamaria Fadul afirma que "na década de 1980 a América Latina é cenário de uma série de acontecimentos que marcam profundamente os estudos sobre a comunicação"¹⁵⁹. Depois de fazer uma breve caracterização de nossa realidade, tanto do ponto de vista político quanto econômico e cultural, constata:

Neste contexto se percebe a insuficiência de uma teoria da comunicação que continua tendo como ponto de partida a teoria da dependência e a teoria da manipulação. Se, por um lado, não se pode minimizar os efeitos da influência econômica, política e cultural dos Estados Unidos na América Latina, por outro lado, a teoria do imperialismo cultural, consequência das concepções anteriores, é incapaz de dar conta da atual situação latino-americana¹⁶⁰.

Entre os pensadores que se preocuparam com esta nova realidade destaca-se o pioneirismo do professor Luís Ramiro Beltrán, com seu artigo *Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal*.

159 Fadul, Anamaria. "Cultura e Comunicação: A Teoria Necessária." In Kunsch, Margarida Maria e Assis, Francisco de Assis (Orgs.). *Comunicação, democracia e cultura*. São Paulo: Loyola/intercom, 1989, p. 69.

160 Idem, p. 70-71.

GRUPO 30 (1922-1999)
123

a. Luiz Ramiro Beltrán e o *Adeus a Aristóteles*

O problema da comunicação, no entendimento de Luiz Ramiro Beltrán, envolve, no mundo contemporâneo, uma batalha feroz. Enquanto os países do chamado Terceiro Mundo rebelam-se contra as três classes de dependência a que se acham submetidos – dominação política, econômica e cultural –, o Primeiro Mundo empenha-se em manter seus privilégios. A dependência cultural é a grande novidade das últimas décadas. Na década de 1980, o re-conhecimento de que a comunicação está a serviço das três classes de dominação neocolonialista apareceu definitivamente.

A luta trava-se principalmente no campo comunicacional, visto como paradigma de todas as dominações. Para Luiz Ramiro Beltrán,

o conflito envolve várias áreas importantes de preocupação. Os dirigentes políticos, os estrategistas do desenvolvimento, os pesquisadores e profissionais da comunicação nos países em desenvolvimento estão, por sua vez, objetando as estruturas, operações, financiamentos, ideologia e influência de certas poderosas organizações internacionais da comunicação¹⁶¹.

Ao mesmo tempo, os conceitos tradicionais de comunicação nascidos nos países do Primeiro Mundo começam a ser questionados. Isto é, a própria conceitualização da natureza de comunicação, vinda dos países desenvolvidos, começa a ser questionada agora nos países em vias de desenvolvimento¹⁶².

Para Beltrán, no campo da teoria da comunicação, todas as definições que se deram ao fenômeno remontam a Aristóteles. Este dizia que a retórica se compunha de três elementos: locutor, dis-

161 Beltrán, Luiz Ramiro. "Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal." In *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo, IMS, ano III, nº 6, setem-bro de 1981, p. 6.

162 Idem, p. 7.

curso e ouvinte, cujo propósito era persuadir as pessoas de todos os modos possíveis. As estruturas posteriores somente se limitaram a refinar essa breve definição de comunicação.

Agora, a partir da América Latina, Luiz Ramiro Beltrán diz que chegou o momento de se dar um "adeus a Aristóteles". Segundo ele, as subsequentes explicações que foram dadas sobre o fenômeno da comunicação social, a começar pela descrição de Aristóteles até alcançar as sofisticadas intervenções da cibernética e suas propostas de retroalimentação, em nada realmente transformaram ou ajudaram na compreensão do processo.

Em resumo, a definição tradicional de comunicação descreve-a como ato ou processo de transmissão de mensagens de fonte a receptores através do intercâmbio de símbolos (...) por meio de canais transportadores de sinais. Neste paradigma clássico, o alvo principal da comunicação é o propósito de afetar, numa certa direção, o comportamento do receptor: deseja produzir certos efeitos sobre a maneira de sentir, pensar e agir do receptor; ou, noutras palavras, persuadi-los. A retroalimentação é um útil instrumento para o alcance das metas do comunicador¹⁶⁴.

Por isso mesmo, este modelo já começou a sofrer críticas dentro dos próprios países desenvolvidos. De acordo com Beltrán, é preciso questionar dois pressupostos considerados fundamentais na definição tradicional de comunicação:

De um lado, a noção mecânica da transmissão do conhecimento de uma mente para outra por meio de sinais conduzidos por algum canal é substituída pela idéia de que os símbolos são meros estímulos provocados pela fonte sobre o receptor, com a esperança de que poderão levá-lo a recuperar, a partir de sua experiência, os significados aí implícitos e assim, provavelmente, obter dele as repostas comportamentais pretendidas (...). De outro lado, a refor-

mulgação continha uma relação de interação em vez de conceber a ação apenas na fonte ou emissor do estímulo¹⁶⁴.

A comunicação é vista, então, como processo. Com isso, ganha relevância o conceito de retroalimentação. É decisiva a possibilidade de o receptor poder responder ao emissor. Isto é, a direção do destinatário fornecer um *feedback* ao iniciador do projeto, na prática diária tais conceitos tiveram maiores reparos. Entretanto, isto é, a prática atraiçoa a teoria. O treinamento ainda parece basear-se na noção de transmissão e muitos estudos continuam a considerar a comunicação como algo estático. Ainda que o *curso profissional reconheça amplamente a natureza bidirecional da comunicação, na prática o que predomina é o paradigma tradicional unilinear*¹⁶⁵.

Outra crítica que se faz à definição clássica é a confusão entre comunicação e informação. Pois *comunicar refere-se a um processo bilateral que contém elementos emocionais e cognitivos e que a um processo de comunicação verbal dirigido predominantemente pelo conhecimento*¹⁶⁶.

Luiz Ramiro Beltrán resume assim as críticas que se fazem ao modelo tradicional de comunicação, surgidas no interior dos países desenvolvidos:

(1) As definições e modelos tradicionais são unilineares e propõem a noção mecânica da comunicação como a transmissão de informação de fontes ativas a receptores passivos. De fato, não transmissão; há apenas provocação de significados já existentes nas pessoas que, ao decodificarem os símbolos, participam ativamente. (2) Esses modelos baseiam-se, além disso, na noção crônica de que a comunicação é um ato, um fenômeno estático no qual a fon-

163 Idem, p. 9.

164 Idem, p. 13.

165 Idem, p. 14.

166 Idem, p. 17.

te é privilegiada; a comunicação é, na verdade, um processo no qual todos os elementos atuam de forma dinâmica. Assim, a comunicação é eminentemente um fato de relações sociais, um fenômeno de intercâmbio múltiplo de experiências, e não mero exercício unilateral de influência individual. (3) Os modelos, finalmente, induzem à confusão entre informação, que pode ser transmitida mediante ato unilateral, e comunicação, diferente e mais amplo do que a informação, uma vez que sua natureza bilateral envolve necessariamente interação que busca comunidade de significados ou de consciência¹⁶⁷.

Entretanto, todas essas críticas e precisões, por surgirem no interior dos países desenvolvidos, incluem aspectos de interesse em suas respectivas sociedades. Outros aspectos, que não estão dentro de suas preocupações, são excluídos. Um desses aspectos excluídos é a persuasão. Com raras exceções, as restrições a esses conceitos não surgiram dentro dos Estados Unidos. Nesta sociedade, a manipulação do comportamento das pessoas, por meio da comunicação, sempre pareceu natural. Foi na América Latina que essas críticas surgiram com mais vigor¹⁶⁸. Aqui, a persuasão é vista como instrumento do *status quo*. O mesmo acontece com o conceito de retroalimentação, utilizado para facilitar o mercantilismo e a propaganda. A retroalimentação é vista na América Latina como um privilégio de fontes que permitem a resposta dos receptores. Por outro lado, os latino-americanos consideram que a alienação é a imposição de uma ideologia: a ideologia capitalista. Por último, todo o sistema expressa uma comunicação vertical e autoritária.

Luiz Ramiro Beltrán constata que um monólogo que beneficia o emissor é comumente chamado de comunicação. O receptor é passivo e não utiliza a retroalimentação para criar uma oportunidade de diálogo. Essa relação social é vertical, assimétrica, beirando o autoritarismo, e constitui-se numa forma antidemocrática de comunicação. Convoca, por conseguinte, a construir um novo con-

ceito de comunicação que seja mais humano, democrático e não-mercantilista.¹⁶⁹

A partir dessa posição, começa-se a repensar a compreensão de comunicação no continente, assim como a sua importância para a vida humana. Em vista disso, o processo comunicativo é compreendido como:

um processo de integração social democrática baseada no intercâmbio de símbolos mediante os quais os seres humanos compartilham voluntariamente suas experiências sob condições de acesso livre e igualitário, diálogo e participação. Todos têm direito à comunicação por meio de utilização dos recursos de comunicação. Os seres humanos comunicam-se com múltiplos propósitos. O principal não é o exercício de influência sobre o comportamento dos outros¹⁷⁰.

b. Jesús Martín Barbero e a relação massivo-popular

Outro autor de destaque é Jesús Martín Barbero. Com a realidade da urbanização no continente, o massivo começou a ser estudado sob outro prisma. Diz-se que durante muito tempo estigmatizado do popular puro e autêntico, identificado com uma cultura de origem rural, o massivo começou a ser estudado a partir de outra realidade: a das massas humanas¹⁷¹.

Com esta posição, começou-se lentamente a superar a oposição entre o massivo e o popular. Os que afirmavam esta dicotomia, ignoravam que

nunca houve uma ruptura entre as diferentes formas de cultura, nem mesmo no passado, pois a cultura não é uma coisa estática;

169 Cf. idem, p. 23.

170 Idem, p.31.

171 Fadul, op. cit., p. 74.

167 Idem, ibidem.

168 Cf. idem, p. 18 ss.

ela sempre incorporou elementos das diferentes culturas, isto é, das manifestações da cultura erudita, popular, massiva, cruzada com aquelas da cultura local, nacional e internacional¹⁷².

Quando se nega ao rádio e à televisão o *status* de populares, evidencia-se uma concepção de cultura que usa a cultura clássica como critério fundamental para a crítica do massivo.

Ainda nessa linha de pensamento se poderia dizer que o popular e o nacional se cruzam até mesmo na televisão latino-americana. Em muitos países se nota o aumento da produção nacional em detrimento da produção importada norte-americana. O desafio para os pesquisadores da comunicação não é negar o caráter popular desses programas, mas sim compreender as razões do seu êxito¹⁷³.

Para dar conta desse fenômeno, nossos pesquisadores estudam o mercado cultural do melodrama na América Latina. A telenovela situa-se na linha de reaproveitamento do melodrama, nossa tradição histórica. Analisam-se as telenovelas como formas de resistência à indústria cultural norte-americana. Mais ainda, no nível das massas, a integração cultural latino-americana se dá por meio das telenovelas. Até os países do Primeiro Mundo estão se preocupando com este fenômeno, estudando-o exaustivamente. Também aqui se impõe o seu estudo.

Entre as várias formas buscadas para sua compreensão se delinea com nitidez a necessidade do conhecimento de seus gêneros e subgêneros¹⁷⁴. Neste particular, situa-se Jesús Martín Barbero como um dos autores que mais tem contribuído para uma reflexão sobre os gêneros e os meios massivos. Anamaria Fadul diz que ele assumiu a proposta de um grupo de pesquisadores italianos, segundo o qual um gênero é antes de tudo uma estratégia de

*comunicabilidade, e é como marcas dessa comunicabilidade que um gênero se faz presente e analisável no texto*¹⁷⁵. Segundo ele,

a consideração dos gêneros como fato puramente literário — não cultural — e, desde o outro lado, sua redução à receita para a fabricação ou etiqueta para a classificação, nos tem impedido de compreender sua verdadeira função no processo e sua pertinência metodológica: chavé para a análise dos textos massivos e, em especial, dos televisivos¹⁷⁶.

A análise dos gêneros impõe-se principalmente no caso das telenovelas, do contrário torna-se impossível compreender o seu significado na cultura do continente. Também para a realidade do rádio é importante o estudo dos gêneros. De acordo com alguns autores, os diversos gêneros radiofônicos e televisivos permitem compreender a importância tanto do rádio quanto da televisão no continente. A radionovela e a telenovela foram as grandes contribuições do continente para a narrativa ficcional. Sintetizando, pode-se dizer que

o estudo de muitos dos meios massivos não se esgota no estudo da estrutura econômica, política, ideológica, discursiva da mensagem e muito menos nos estudos sobre a recepção. Os gêneros ganham assim uma centralidade nos estudos sobre a comunicação, pois articulam os dois momentos do processo de comunicação, a emissão e a recepção¹⁷⁷.

Deve-se estender o estudo da comunicação, também, para além dos meios, isto é, deslocar-se para o cotidiano e aí estudar como as pessoas se comunicam. Diz Jesús Martín Barbero que é necessário estudar-se os processos de comunicação que acontecem na praça, no mercado, no cemitério, nas festas, nos ritos religioso-

172 Idem, *ibidem*.

173 Idem, p. 76.

174 Idem, p. 80.

175 Idem, p. 81.

176 Barbero, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, p. 241.

177 Fadul, op. cit., p. 82.

sos...¹⁷⁸ A partir deste estudo pode-se desenvolver uma metodologia que permita relacionar o estudo da constituição de sentido, da produção de sentido, com os sentidos.¹⁷⁹ Para isso, a importância de se aprender a olhar, a cheirar, a ouvir, a apalpar os diferentes modos com que as pessoas se comunicam num mercado popular ou num supermercado.

Segundo Barbero, a realização deste estudo permitiu que visse a importância de uma teoria que não se restringisse ao problema da informação, pois a informação na sociedade se havia tornado do capital, mercadoria. Além disso, para grande parte das pessoas, a comunicação não se esgota nos meios. Se isso era (e é) verdade, então, para compreender o que se passa nas ruas, na casa, na praça ou na festa, deve-se ir além de uma teoria da informação.¹⁸⁰ Afirma que o problema não era que faltava lógica ou coerência a uma teoria pensada em termos de emissor, mensagem, receptor, códigos, fonte... O problema era que tipos de processos comunicativos eram pensados desde ali!¹⁸¹ Se analisarmos os processos comunicativos numa festa, num baile, num sacramento religioso, fica muito difícil explicitar o emissor, o receptor, a mensagem. O comunicacional nessas práticas vai muito mais além das explicações da teoria da informação. A comunicação numa prática religiosa, como a missa, por exemplo, diz respeito a outras dimensões da vida, a outras experiências, ultrapassando a mera teoria da informação. Por isso, falar de comunicação é falar de práticas sociais e, se quisermos res-ponder a todas as perguntas, devemos repensar a comunicação desde estas práticas!¹⁸²

Como se pode perceber, o posicionamento de Jesús Martín Barbero implica repensar toda a metodologia do estudo da comu-

178 Barbero, Jesús Martín. "De la Filosofía a la comunicación." Entrevista a Luis

Javier Mier Verga, in *Comunicación*, Caracas, outubro, 1993, p. 70.

179 Idem, ibidem.

180 Cf. idem, p. 71.

181 Idem, ibidem.

182 Cf. idem, ibidem.

nicação. Impõe-se, desse modo, a perspectiva do receptor e dos processos sociais de dominação, que evidenciam uma forma e uma maneira de comunicação. Os estudos desenvolvidos por Barbero ajudaram no deslocamento do foco das pesquisas: do pólo do emissor para o pólo do receptor, ganhando força a análise das mediações no processo de recepção televisiva.

c. *Perspectivas atuais de estudo*

Três pesquisadores latino-americanos¹⁸³, estudando as concepções de comunicação e as crises teóricas¹⁸⁴, descrevem a crise que se abate sobre o assunto na América Latina. Fundamentalmente, são três crises:

- (1) Crise do marxismo, cujas categorias de análise começaram a ser insuficientes para explicar determinados fenômenos da realidade, sobretudo aqueles fenômenos relacionados com a cultura;
- (2) Crise dos enfoques estruturalistas no sentido da cultura dentro e fora da América Latina, rompendo-se com o imanentismo do enfoque estrutural clássico e resgatando modelos que descobrem a riqueza histórica do discurso;

(3) Crise em algumas experiências de comunicação alternativa por faltar uma vinculação com as necessidades, expectativas e realidades culturais dos setores populares. Neste campo, a relação

183 Belo, Gilberto, Buenaventura, Juan G. e Perez, Gabriel J. "Concepciones de la comunicación y crisis teóricas en América Latina", *DIA-LOCOS de la comunicación*, No. 20, abril de 1988, p. 35-38.

184 Belo, Gilberto, Buenaventura, Juan G. e Perez, Gabriel J. "Concepciones de la comunicación y crisis teóricas en América Latina", *DIA-LOCOS de la comunicación*, Nº 20, abril de 1988, p. 35-38.

entre comunicação e cultura torna-se área prioritária de pesquisa. Questiona-se o conceito de alternativo, agora buscado na cotidianidade das pessoas, no próprio cerne de sua cultura.¹⁸⁵

Para esses pesquisadores, dentro do panorama de crise apontado, a cultura possui um lugar privilegiado de estudo. O interesse pelo estudo da relação entre cultura e comunicação concentra-se em quatro áreas temáticas. Em primeiro lugar, situa-se a conexão entre comunicação e identidade cultural, explorando o papel da cultura e da comunicação na construção da identidade coletiva.

Outra área temática é constituída pelas culturas populares. Deve-se, desde o ponto de vista da comunicação, explorar o universo da construção de sentido nos setores populares. Não se trata de estudá-los como receptor, mas como produtor de sentido a partir de sua realidade e de suas práticas cotidianas.

Um terceiro aspecto é constituído pelas novas tecnologias da comunicação e da informação, cujo impacto nas distintas áreas da realidade deve ser estudado. Isto é, busca-se entender o seu impacto sobre o aparato produtivo, sobre as relações do Estado com a sociedade civil, sobre os mecanismos de construção de sentido e consenso, bem como sobre as relações internacionais, a transnacionalização da cultura e demais campos afetados pela revolução tecnológica pós-industrial.

O debate sobre a informação transnacional evoluiu do diagnóstico e da denúncia para a elaboração de propostas concretas.

Essas quatro temáticas são atravessadas pelo debate sobre a comunicação e a cultura, lugar privilegiado desde o qual é possível compreender os fenômenos e processos de comunicação. Para esses três autores latino-americanos, a relação entre comunicação e cultura não é um estudo a mais entre tantos outros na sociedade con-

185 Cf. idem, p. 37.

temporânea, mas uma perspectiva científica de onde tais fenômenos e processos devem ser abordados.¹⁸⁶

Relação entre cultura de massa e cultura popular

Enfocarrei o tema a partir do que se pode compreender com a comunicação libertadora – com as possíveis limitações e contradições que o conceito possa suscitar – e sua relação com a comunicação alternativa e popular – conceitos estes também passíveis de discussão. A trajetória será: uma aproximação ao conceito de comunicação, a comunicação aprisionada na realidade de hoje, os espaços onde acontecem hoje as experiências de comunicação popular e sua possível função libertadora.

a. A comunicação libertadora

Quando se tenta a construção da cidadania, há a consciência de que a comunicação que não conduz a um processo de libertação não é verdadeira comunicação. Pode-se inicialmente questionar sobre o que necessita ser libertado, isto é, quais são as amarras que devem ser desfeitas pela comunicação libertadora na América Latina. Olhando esta realidade, tudo aponta para a exigência de se trabalhar na libertação da própria comunicação, que se encontra aprisionada.¹⁸⁷

Existem elementos poderosos que impedem que a comunicação seja livre e tenha, conseqüentemente, efeitos libertadores. É

186 Cf. idem, p. 38.

187 Cf. UBCB, *Comunicação, teologia e libertação*. São Paulo: Loyola, 1987, p. 20.

isso que já vinha assinalado pelos bispos latino-americanos no chamado Documento de Puebla:

o controle dos meios de comunicação social e a manipulação ideológica que exercem os poderes políticos e econômicos que se empenham em manter o *status quo*, e até em criar uma ordem nova de dependência/dominação ou subverter esta ordem para criar outra de sinal contrário. A exploração das paixões, dos sentidos, da violência e do sexo, com objetivos consumistas, constituem uma flagrante violação dos direitos individuais. Igual violação aparece na indiscriminação das mensagens, repetitivas ou sutliminares, com respeito à pessoa e principalmente à família¹⁸⁸.

Isso com o agravante do monopólio da informação manipulando as mensagens de acordo com interesses setoriais¹⁸⁹.

Tendo em vista que toda a comunicação é dirigida, vigiada, orientada para algum fim, muito mais que indagar sobre as condições de possibilidade para se exercer uma comunicação libertadora, deve-se buscar a maneira de trabalhar na libertação da comunicação para que, libertada, ela tenha efeitos libertadores¹⁹⁰.

Atualmente, vive-se no continente uma situação de opressão e se luta pela libertação. Uma situação de liberdade envolve uma comunicação libertadora, pois é na comunicação que se tornam visíveis as situações de opressão e dominação¹⁹¹. Entretanto, a comunicação não liberta.

Ela própria deve ser libertada, pois, como vimos, na sociedade atual, ela é uma realidade aprisionada. A dominação da comunicação está relacionada com a ordem social. Na atual ordem social não é possível haver uma comunicação libertadora. Os processos de comunicação resultam dos processos sociais, políticos, econômicos existentes. Na medida em que a ordem social é repressiva, a comunicação está a serviço dessa ordem social repressiva. Daí por

188 Puebla, nº 1069.

189 Cf. idem, nº 1071.

190 Cf. UCBC, op. cit., p. 20.

191 Idem, ibidem.

que lutar pela libertação social significa lutar pela libertação da comunicação¹⁹².

Ora, a comunicação livre é um processo, uma relação com o outro, envolvendo a dimensão de aprendizado mútuo. Por isso, a comunicação como processo não se identifica com os meios de comunicação que, na realidade latino-americana, encontram-se a serviço da opressão e da dominação econômica e cultural¹⁹³.

Para pensar a comunicação libertadora é necessário pensar a cultura, redefinindo o seu conceito¹⁹⁴. Por isso, Julio Barreiro afirma que a prática da comunicação libertadora existe na medida em que se liberta, por sua vez, da aculturação que querem nos impor os dominadores¹⁹⁵. Mais concretamente, esta prática libertadora vai existir na medida em que for superado o complexo de inferioridade que a aculturação pretende internalizar em nossa consciência por meio da ação sutil dos meios massivos¹⁹⁶.

O imperativo é nacionalizar os conteúdos, as mensagens da cultura nacional, sempre em construção, porque a cultura medeia todo o processo social¹⁹⁷. A diferença, a diversidade e o pluralismo aparecem, então, como categorias importantes na reflexão sobre a relação entre comunicação e cultura¹⁹⁸.

Aqui na América Latina, estamos na presença de várias culturas que respondem a distintas raízes, etnias, tradições, contribuições migratórias, formações históricas, econômicas e sociais, bem

192 Idem, ibidem.

193 Cf. idem, p. 23.

194 Idem, ibidem.

195 Barreiro, Julio. *Comunicación y humanización*. Buenos Aires: Tierra Nueva, 1984, p. 89.

196 Cf. idem, p. 89.

197 Este é o pensamento de vários pensadores latino-americanos, de maneira especial Jesús Martín Barbero, na obra: *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

198 Cf. UCBC, op. cit. p. 23.

como o fato de que se trata de culturas ainda jovens. *A América Latina está em construção*¹⁹⁹.

Esta diversidade não pode ser esquecida quando se pensa a comunicação libertadora, que exige a mudança do lugar social e do "lugar cultural" de quem reflete a partir da comunicação libertadora libertada.

Na posição de Barreiro, uma comunicação que se pretenda libertadora deve contribuir para a configuração e articulação de uma cultura latino-americana. Muito embora não seja uma tarefa fácil, tampouco é impossível. Primeiro porque a cultura latino-americana está em construção; segundo porque o processo de transformação da realidade de nossos povos já se iniciou há várias gerações e continua a desenvolver-se até que se configure uma cultura com um²⁰⁰.

*Uma cultura que nacionalizar seus conteúdos, ao mesmo tempo que acaba com os resíduos estrangeirizantes que durante tanto tempo a alienou, mostra os sinais inequívocos dos caminhos que aquelas mensagens estão chamando a recorrer*²⁰¹. Estes sinais são: construção da unidade latino-americana; a importância dos conteúdos que ajudam as pessoas a compreenderem o que é o povo; e a importância dos conteúdos de comunicação que ajudam a identificar a nação com o povo²⁰².

Já a comunicação libertadora não pode prescindir das alternativas oferecidas pela cultura popular. Ela restaura a intercomunicação real e é um dos firmes fundamentos da consolidação da vida democrática de uma sociedade. Como suas fontes são espontâneas e sociais, ela vive numa permanente libertação de forças novas. Por isso, "entre os criadores da cultura popular e os agentes preocupados em elaborar as alternativas de uma comunicação libertadora

pode se produzir um intercâmbio riquíssimo no qual a comunidade social será beneficiada²⁰³.

b. Os relatos populares

Aqui se fará uma referência a uma forma de comunicação que são os relatos populares, compreendidos por Jesús Martín Barbero²⁰⁴ como um modo de acesso a outra cultura. Segundo ele, tudo dos relatos populares não se situa na literatura, mas na cultura, pois está muito mais perto da vida do que da arte. É um discurso que articula a memória do grupo e no qual se expressam as práticas desse grupo. Este modo de dizer não só fala de, mas materializa algumas maneiras de ser. O que se quer é estudar alguns aspectos-chave dos modos de narrar da cultura não-letrada, identificada como uma cultura cujos relatos não vivem no nem do livro; vivem na canção e no refrão, nas histórias contadas de boca em boca, nos contos e nas piadas, e nos provérbios. Estas formas, mesmo quando registradas em livro, nunca alcançam o status social do livro e tanto o seu modo de impressão quanto de circulação e consumo materializam um outro mundo de existência do relato popular. Mesmo quando as classes populares compram o livro, diz Barbero, não o fazem nas livrarias, mas nas bancas de rua ou nas barracas do bairro. O modo de aquisição tem muito a ver com as formas de uso. Muitas pessoas sabem ler, mas não sabem escrever. Sabem contar com riqueza de detalhes a sua vida, mas têm uma dificuldade muito grande, para não dizer impossibilidade, de escrever o que sentem e vivem. Assim, persistem os dispositivos da cultura oral como

199 Barreiro, op. cit. p. 89.

200 Cf. idem, ibidem.

201 Idem, p. 91.

202 Cf. Idem, p. 91, 95, 98.

203 Idem, p. 117.

204 Barbero, Jesús Martín. "Memoria narrativa e indústria cultural." In: *Comunicación y cultura*, Cali, 1982, p. 59-73. Toda esta reflexão sobre o relato popular está baseada neste artigo.

dispositivos de enunciação do popular, tanto nos modos de narrar como de ler. No relato popular, encontramos tanto um outro modo de narrar quanto um outro modo de ler.

(1) *Outro modo de narrar*

Para Barbero, analisar relatos é estudar processos de comunicação que não se esgotam nos dispositivos tecnológicos, porque remete desde aí à economia do imaginário coletivo. O relato popular é caracterizado por algumas oposições.

A primeira delas é que, frente à novela e sua textualidade intransitiva, a narração popular é sempre um contar a. Sejam quais forem os seus modos, a narração é sempre uma posta em comum de uma memória que funde a experiência e o modo de contá-la. Não se trata apenas de memória de feitos, mas também de memória de gestos.

A segunda oposição fundamental é a que traça o relato de gênero frente ao de autor. Esta é uma categoria fundamental para pesquisar o popular e o que dele ainda permanece no massivo. Gênero aqui não é entendido literariamente, mas como um dispositivo por excelência do popular, já que não são só os modos de escrita, mas também de leitura: um lugar "desde o qual se lê e se olha, se decifra e compreende o sentido de um relato"²⁰⁵. Enquanto o relato culto destrói os gêneros, no popular-massivo eles continuam vivendo e cumprindo o seu papel: articular a cotidianidade com os arquétipos.

Outro modo de ler

Existem, no mundo popular, diversos modos de ler que re-discutem por completo as teorias da recepção, tanto a funcionalista quanto a crítico-negativa. Ambas prolongam uma antiga tradição do processo educativo, segundo a qual este decorre de um pólo ativo, que possui o saber, para um pólo passivo e ignorante. Enquanto aquele é a elite, o intelectual, este é a massa, o povo. Criando-se, assim, a divisão inapelável entre esfera de produção (onde se situam a criatividade e a atividade) e esfera do consumo (onde residem a total passividade e o conformismo). As mudanças ocorridas com os modernos meios não questionaram em absoluto a condição de passividade. Romper com a lógica de um pólo ativo e um pólo passivo implica deslocar-se do espaço teórico-político no qual tal lógica se originou. Este deslocamento permite vislumbrar, ao menos, três aspectos diferenciais da leitura popular.

Em primeiro lugar, é uma leitura coletiva. A pessoa alfabetizada lê para os demais. O lido não é ponto de chegada, mas de partida, de reconhecimento e de estopim para a memória coletiva que acaba reescrevendo o texto, reinventando-o ao utilizá-lo para falar e festejar outras coisas distintas daquelas de que falava o texto, ou as mesmas, mas com sentidos profundamente diferentes²⁰⁶.

Em segundo lugar, ela é uma leitura expressiva. Isto é, os leitores, como sujeitos, não se envergonham de demonstrar e expressar as emoções suscitadas pela leitura. Para os habitantes da cultura

205 Barbero, op. cit., p. 64.

206 O jornal *Lamparina*, de Santarém, é lido comunitariamente, segundo o testemunho de Regina Festa in: *Comunicação popular e alternativa: a realidade e as utopias*. Dissertação apresentada ao Centro de Pós-Graduação do Instituto Metodista de Ensino Superior, para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação Social. São Bernardo do Campo: 1984.

oral, ler é escutar, mas esta é uma escuta sonora. Por sua vez, a elite cultural tem pudor em manifestar suas emoções.

Em terceiro lugar, está a *leitura obliqua, desviada*. É uma leitura cuja gramática é, muitas vezes, diferente da gramática de produção. A autonomia do texto é ilusória tanto olhada do ponto de vista das condições de produção quanto do ponto de vista das condições de leitura. É uma leitura performativa, por meio da qual os códigos populares se apropriam do que lêem, tanto dos folhetins do século XIX quanto do que hoje é apresentado pelo rádio ou pela televisão, que dá lugar a uma multidão de formas de resistência e reapropriação.

Estes aspectos do relato são fundamentais em termos de comunicação libertadora, pois, mesmo quando existem materiais escritos no movimento popular, eles se adaptam à dinâmica narrativa e de leitura das classes populares. Na aceitação desta forma de relato, como memória-resistência, residem as condições da construção da cidadania.

Quando se aceita a cultura popular, aceita-se também a presença do lúdico e da gratuidade na vida das pessoas. Entretanto, na sociedade atual, o lúdico foi cooptado pelo capital, que o transformou em motivo de lucro, destruindo a dimensão da gratuidade, fundamental para qualquer projeto libertador em termos de comunicação da "resistência". Além disso, a gratuidade coloca-nos diante da grande contradição: trabalhar com os meios de comunicação na sociedade capitalista, onde a lei fundamental é a do mercado e a lógica é a do capital, do lucro. Diante disso, é necessário pensar-se a ação libertadora possível. Como, numa sociedade injusta, lutar por outra comunicação? Essa outra comunicação — que se pretende libertadora — terá que superar uma série de limitações numa sociedade injusta. Eis por que é necessário pensar as formas de ação possível dentro do contexto injusto no qual se vive, dentro de uma sociedade que nega à maior parte da população os direitos mínimos fundamentais, mormente o de comunicação.

Sem contemplar essa contradição, é impossível pensar uma ação possível no domínio da comunicação. Caso contrário, cor-

re-se o risco de ficar na denúncia e não se proporão alternativas de libertação²⁰⁷. Quando se relaciona com a cultura popular, a comunicação libertadora pensa a contradição existente na sociedade capitalista e propõe alternativas para uma ação possível.

A estrutura da comunicação popular

a. Os espaços de comunicação popular

A referência à cultura popular leva, necessariamente, aos espaços da comunicação popular, inclusive à busca das táticas de resistência²⁰⁸, dos usos populares dos produtos da chamada indústria cultural²⁰⁹, das ressignificações, das reinterpretações. Com respeito às táticas, são aquelas ações do fraco que lhe permitem resistir à atuação dos fortes.

Entretanto, aqui surgem as questões: O que é comunicação popular? O que faz com que uma comunicação seja popular? Será o conteúdo? Ou a forma? Ou ambos? Dizer popular é o mesmo que dizer alternativa? Alternativa a quê?

A resposta a tais questionamentos é complexa. Parece que o conteúdo sozinho não pode caracterizar uma comunicação como popular. Houve, e há, veículos da grande imprensa que tratam de assuntos populares e nem por isso sua comunicação é popular. Na mesma linha, a forma do veículo também não basta para caracterizar uma comunicação como popular, pois também exis-

207 Cf. UCBC, op. cit., p. 27-28.

208 Sobre as táticas populares, aceitamos a distinção entre táticas e estratégias, feita por Michel Certeau no livro: *A invenção do cotidiano*. 2. ed., Petrópolis: Vozes, 1994.

209 Cf. Barbero, *Memória narrativa e indústria cultural*, p. 59-60.

tem veículos da grande imprensa que utilizam formatos populares para a sua atuação, mas não podem ser caracterizados como tais.

Ser alternativa aos grandes meios que desenvolveriam uma comunicação antipopular também não basta, por si só, para caracterizar uma comunicação popular. Mesmo porque uma comunicação que colocasse o sentido de sua existência em ser alternativa a algo deveria sempre lutar para a permanência desse algo. Pois, ao deixar de existir o objeto ao qual ela seria alternativa, também deixaria de existir a razão de sua existência.

Parece, portanto, que mais do que por seus conteúdos ou sua forma a comunicação popular deve ser compreendida a partir do contexto no qual está inserida. A comunicação popular é aquela que se insere num contexto alternativo de transformação social. Isto é, uma comunicação que postule a transformação de uma ordem injusta e excludente numa ordem de justiça e fraternidade. Será, então, uma comunicação que unifique aquilo que o capital, para dominar, fragmenta. Suas mensagens procuram contextualizar-se no tempo e no espaço, estabelecendo relações e criando condições para que as pessoas possam compreender o mundo em que vivem e tenham possibilidade de intervir nele criticamente.

Nesta perspectiva, a comunicação popular será definida a partir da forma como se conduza o processo e do contexto no qual se integra. As operações de linguagem da comunicação popular têm que ser de contextualização, reunificação, temporalização, isto é, que localizem as pessoas no espaço e no tempo e nas relações com a circunstância que as rodeia²¹⁰. Quando a comunicação se insere num contexto alternativo, de modo a potenciá-lo, ela se torna popular²¹¹. Neste caso, evidentemente, mudam substancial-

mente tanto a forma quanto os conteúdos dos veículos de comunicação.

A participação e o domínio da informação é condição *sine qua non* para o exercício da cidadania. Uma comunicação popular, conseqüentemente, socializa não somente as informações, mas também os meios de produção simbólica. Isso supõe uma mudança de lugar não somente social, mas também cultural. A eficácia característica da comunicação popular é a promoção das classes populares para a liberdade política e social, respeitando profundamente o seu sistema de autodefinição, sua iniciativa cultural e seu direito a ser diferente²¹².

Concluindo, a comunicação popular é aquela que, inserida num contexto alternativo, contribui para a luta por uma transformação social efetiva. Portanto, a comunicação popular insere-se num contexto alternativo que é o do enfrentamento com o projeto de dominação capitalista e nele se entende como agente de definição do projeto popular. Somente compreendendo assim a comunicação popular poder-se-á compreender o que acontece no interior dos movimentos populares com suas múltiplas formas de comunicação e expressão²¹³.

A construção da cidadania passa necessariamente pelas expressões comunicativas das classes populares, com todas as ambigüidades que este conceito possa conter. Poder participar de todos os canais de comunicação, desenvolver seus próprios meios de expressão, fazer ouvir a sua voz no concerto social é uma exigência inerente ao desenvolvimento e exercício da cidadania. Uma nação que privatiza nas mãos de poucos não só os meios, mas também o direito de participar na produção da comunicação, é uma nação que nega a parcelas consideráveis de seus filhos o direito à cidadania.

210 Cf. Martínez Pardo, Hernán. "Comunicación Popular" in: *Comunicación cristiana: desafío y cambio*. Buenos Aires: WACC, 1981 (mimeo.), p. 71.

211 Cf. Martínez Pardo, Hernán. "El contexto de la comunicación popular y la comunicación alternativa". *Cultura Popular*, Lima: CELADEC, nº 3-4, abril, 1982, p. 153.

212 Gimenez, Gilberto. "Notas para una teoría de la comunicación popular". *Christus*, México, nº 517, dez., 1978, p. 30.

213 Cf. Gomes, Pedro Gilberto. *O jornalismo alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas, 1990, p. 47-48.

nia. Não existe cidadão quando o direito à comunicação lhe é negado. Este direito não basta estar definido na Constituição Federal — como de fato está —, mas deve ser expresso em condições de factibilidade. Para que as pessoas deixem de ser cidadãos de papel²¹⁴, impõe-se o estabelecimento de condições para que possam participar plenamente da produção da comunicação dentro da sociedade. Pois todos têm direito à comunicação por meio de utilização dos recursos de comunicação. Os seres humanos comunicam-se com múltiplos propósitos. O principal deles não é o exercício de influência sobre o comportamento dos outros²¹⁵.

b. As comunidades de base

Nos espaços populares onde se criam mecanismos de participação comunicativa, existe o reconhecimento fático de que todos têm uma palavra a dizer e ninguém precisa de porta-voz para falar em seu nome. Por isso, a primeira coisa que as classes mais pobres fazem quando adquirem um certo grau de consciência é se apropriar dos meios de produção simbólica. Por exemplo, nas Comunidades Eclesiais de Base, há um anseio de participação, de assunção da palavra. Daí a apropriação das festas, das celebrações, há séculos sequestradas por uma elite encastelada no poder²¹⁶. Os outros movimentos — mulheres, meninos e meninas de rua, catadores de papel, etc. — também são exemplos de grupos que procuraram se apropriar dos meios de produção simbólica. E quando há um re-

fluxo nesta ordem democrática, o primeiro ato é sequestrar do povo os seus meios de comunicação²¹⁷.

Nesta compreensão de comunicação popular, nos espaços onde ela se desenvolve, encontram-se os elementos indispensáveis para a construção da cidadania. A socialização da comunicação, com a possibilidade de um maior acesso aos meios, o reconhecimento prático do direito de todos à comunicação, como um direito de ser, vital para o crescimento pessoal e comunitário, é condição, projeto e meta da constituição da cidadania.

Inserindo-se num contexto de transformação social, tendo como projeto primeiro a defesa dos interesses das classes populares, a comunicação libertadora — na sua vertente popular — se constituiu no espaço privilegiado para a vivência plena da cidadania no continente.

Trabalhos atuais na América Latina

Hoje, na América Latina, os trabalhos direcionam-se para a análise do fenômeno da globalização, por um lado, e para o estudo da relação da cultura com a comunicação e para a proposta de educação para a comunicação, por outro. Este último aspecto será objeto de uma abordagem mais aprofundada a seguir (Cf. quarto ponto). Nesse momento, deter-nos-emos nos autores que abordam o problema da globalização da comunicação e da relação desta com a cultura.

214 Na expressão feliz de Gilberto Dimenstein em *Cidadãos de papel*. São Paulo, 1992.

215 Beltrán, Luis Ramiro. "Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal". *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: IM5, ano II, nº 6 (set./1981), p. 31.

216 Sobre este assunto, ver Gomes, Pedro Gilberto. *Cultura, meios de comunicação e igreja*. São Paulo: Loyola, 1987.

217 Tal foi sempre o caso dos ditadores bolivianos, que, a cada golpe, sequestravam a rádio dos mineiros. Tal foi o caso, também, da nova diocese de São Miguel Paulista, onde o jornal *Criza Povo*, órgão de expressão das comunidades locais, sofreu uma intervenção que, inclusive, lhe mudou o nome para *A Voz de São Miguel*. Os exemplos se sucedem no cotidiano brasileiro.

A globalização da economia, com os processos neoliberais sendo implantados em vários países, acarreta consequências para a comunicação. As fronteiras diluem-se por ação direta das modernas tecnologias da comunicação. Os conceitos de espaço e tempo sofrem transformações. As possibilidades de navegar pelo ciberespaço, via internet, transformam, realmente, o mundo numa *Aldeia Global*, utilizando a terminologia de Marshall McLuhan. Aumentam as possibilidades de intercâmbio e, também, as condições de protagonismo do sujeito que interage com os modernos meios de comunicação. O acesso, em tempo real, à rede de informação espalhada por todo o mundo faz com que as barreiras do espaço e do tempo sejam quebradas. Um internauta pode deslocar-se, em segundos, do Brasil para os Estados Unidos, de lá para a Europa e desta para a África.

Ao mesmo tempo em que se mundializa o cidadão, colocam-se em questão a existência e a pertinência das culturas locais. Paradoxalmente, nunca se afirmou tanto como agora as identidades locais, com a generalização de conflitos étnicos e religiosos em todo o mundo e com a proliferação de novos Estados, surgidos do esfacelamento, por exemplo, dos países que formavam o bloco socialista da antiga União Soviética.

Entretanto este recrudescimento das culturas locais em época de globalização não é apenas a volta a um passado idílico e romântico. Ao contrário, observa-se o estabelecimento de *culturas híbridas*, na expressão de Canclini²¹⁸, onde a afirmação da cultura local convive com expressões de uma cultura global, plenamente integrada. A cultura local é uma cultura com elementos globalizados e globalizantes. Aspectos da vida internacional entram na vida

cotidiana, conformando-a e aculturando-se. Esta é uma tendência que não mais pode ser ignorada na vida das pessoas.

A América Latina vive a consciência desse fenômeno. Seus pensadores procuram trabalhar, pensar e interpretar a situação. Analisam tanto os efeitos da globalização no mundo das comunicações quanto as adaptações que essa mesma globalização realiza para penetrar no mundo cultural do continente.

Diante dessa situação, coloca-se o problema da afirmação da identidade das pessoas. Aquilo que antes conformava a identidade dos povos estava claramente delimitado dentro das fronteiras nacionais. Havia um modo próprio de ser que diferenciava cada povo. O próprio contrapunha-se ao alheio, ao externo. Hoje, com a diluição dessa contraposição, a afirmação da identidade dá-se mais pelo que se consome do que pelo que se é. As pessoas são participantes de um mercado global de consumo, onde o estrangeiro (mito até poucos anos atrás) tornou-se participante cotidiano das vidas das pessoas.

Isso modifica não somente a identidade individual, mas também a identidade participativa, a essência mesma do ser cidadão. A cidadania expressa-se na participação na sociedade de consumo, deslocando o compromisso político para a esfera do privado.

Canclini examina as transformações culturais da América Latina e a construção da modernidade; analisa o processo de modernização e o relaciona com a cultura, avaliando a influência recíproca. Isso o coloca na pesquisa sobre a vida urbana, sobre a cidade. Para ele, os antropólogos utilizaram a cidade mais como local de pesquisa do que objeto da pesquisa.

A análise da realidade cultural do fenômeno urbano permite vislumbrar, no mundo contemporâneo, uma série de modificações no entorno sociocultural. Canclini sintetiza tais modificações em cinco processos. Em primeiro lugar está havendo um redimensionamento das instituições e dos circuitos do exercício do público. Os organismos locais e nacionais perdem peso em benefício dos conglomerados empresariais transnacionais.

218 Desenvolvida em seu livro: *Culturas híbridas*. México: Cíjilabo, 1990. Tradução brasileira: Editora Ática, 1996.

Ao mesmo tempo, existe uma reformulação nos padrões de assentamento e convivência urbanos²¹⁹.

Do bairro aos condomínios, das interações próximas à disseminação policêntrica da mancha urbana, sobretudo nas grandes cidades, onde as atividades básicas (...) se realizam amavelmente longe do lugar da residência e onde o tempo empregado para deslocar-se por lugares desconhecidos da cidade reduz o tempo disponível para habitar o próprio²²⁰.

Em terceiro lugar, existe uma reelaboração do *próprio*, devido ao predomínio dos bens e mensagens procedentes de uma economia e uma cultura globalizante sobre os gerados na cidade e nação aos quais se pertence.

Um quarto ponto refere-se à conseqüente redefinição do sentido de pertença e identidade, organizado cada vez menos por lealdades locais ou nacionais e mais pela participação em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores.

Por último, há a passagem do cidadão como representante de uma opinião pública ao cidadão como consumidor interessado em desfrutar de uma certa qualidade de vida. As formas argumentativas e críticas de participação estão cedendo lugar ao gozo de espetáculos nos meios eletrônicos. Nesses, a narração ou simples acumulação de episódios prevalece sobre a reflexão de problemas e a exibição fugaz dos acontecimentos se sobrepõe a seu tratamento estrutural e prolongado²²¹.

Nessas condições, ao mesmo tempo em que os modernos meios de comunicação social afirmam a sua influência na vida das pessoas e na estruturação social globalizada, enfatiza-se também a mediação cultural como fundamental para a interpretação e reinterpretação das mensagens por eles transmitidas. Os valores afir-

219 Cf. Canclini, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. México: Grijalbo, 1995, p. 24.

220 *Ibidem*, *ibidem*.

221 Cf. *idem*, p. 24-25.

mados e vividos pelos meios de comunicação são mediados pelos valores culturais locais.

O território mundial é trazido para o âmbito local e doméstico, sofrendo uma mutação e uma adaptação que modifica a ambos. Nem o mundial vem na sua pureza, nem o doméstico e o local são os mesmos. O encontro de dois mundos, dois espaços de relações, gera um terceiro espaço comum, distinto dos primeiros originais.

A pesquisa desses fenômenos, com suas implicações, é o que determina os trabalhos atuais na América Latina. Supera-se o fanatismo ingênuo dos anos 1950 e inícios dos anos 1960 e se ultrapassa a crítica apriorística e a recusa unilateral do final dos anos 1960 e dos anos 1970. Com a quebra dos paradigmas tradicionais, buscam-se novos caminhos e novos modelos de interpretação para o fenômeno da comunicação social.

fm julho 20

Comunicação e educação

Significação, cultura e mediação

A comunicação está ligada com o processo de significação²²². Os seres humanos, para estabelecerem relações, devem converter seus pensamentos e aspirações em sinais capazes de ser compreendidos por todos. Para que esta compreensão seja possível, estabelecendo-se um processo de interação dialógico, faz-se necessário que tanto o emissor quanto o receptor compartilhem voluntariamente seus sentimentos, gerando sentido, e tenham

222 Este tema foi amplamente desenvolvido acima, no ponto B: A abordagem semiótica.