



10

A (re)existência do Sul: mídia e política na América Latina

The (re)existence of South: media and politics in Latin America

La (re)existencia del Sur: la media y la política en Latinoamérica

Flora Daemon ¹

RESENHA

MORAES, Dênis de. **A Batalha da Mídia: Governos Progressistas e Políticas de Comunicação na América Latina e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009, 272p.



¹ Doutoranda e Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. floradaemon@yahoo.com.br

O combate midiático a que Dênis de Moraes se refere em *A Batalha da Mídia* é resultado de um fenômeno já observado pelo autor em pesquisas desenvolvidas anteriormente, que toma fôlego e coragem nesta obra: a midiatização. A partir de um olhar dedicado e detalhista às questões latino-americanas, Moraes observa a disputa pelo controle entre grandes corporações de comunicação que, historicamente, pretendiam assegurar a dominação política e ideológica das informações difundidas no continente, ao mesmo tempo em que oferece um panorama preciso a respeito das empreitadas progressistas que objetivam reverter o referido quadro a partir da inclusão das massas nas agendas de discussão.

I – Uma cartografia político-midiática da América Latina

O pano de fundo desse embate é o estratégico consenso social ancorado em práticas de hegemonia cultural. Moraes estrutura sua argumentação a partir de quatro eixos fundamentais à compreensão da complexa rede de comunicação e política na América Latina. O primeiro deles – *Imaginário social, hegemonia cultural e comunicação* – é dedicado à análise das crenças e ideologias de uma sociedade, na medida em que

o imaginário social está composto por um conjunto de relações imagéticas que atuam como memória afetiva de uma cultura, um substrato ideológico mantido pela comunidade. Sendo uma produção coletiva, é o depositário da memória que os indivíduos e os grupos (enquanto elementos sociais que compartilham modos de ser, pensar e agir) recolhem de seus contatos com o cotidiano, bem como as percepções de si mesmos e dos outros (p.29).

Moraes partilha da perspectiva gramsciana de que a conquista cultural e ideológica é diretamente relacionada às condições éticas em que se encontram os sujeitos. Para o autor, nesse sentido, a centralidade dos meios de comunicação no que se refere à disseminação de conteúdos, parece exercer a função estratégica de guiar, por meio de chaves interpretativas e do apagamento dos rastros de contradições, a leitura dos fatos pelos indivíduos consumidores de mídia.

Dessa forma, Moraes debate o uso social e histórico das representações alicerçadas em campos de imaginários coletivos politicamente mais ou menos eficazes. Para tanto, a imaginação surge como elemento ativador desse processo, na medida em que esta será responsável pela articulação de alegorias, rituais, símbolos e mitos em jogos de conformação e enfrentamento de representações hegemônicas pois, conforme ressalta o autor, “a imaginação permite à consciência adaptar-se a uma situação específica ou mobilizar-se contra o engodo e a opressão” (p. 33). Ainda assim, nos lembra Moraes, apenas por meio da assunção de uma perspectiva crítica diante dos fatos será possível e viável o movimento de ruptura diante da passividade.

À utopia é dedicada especial atenção, na justa medida entre o risco do congelamento de esperanças no lugar do transcendental e o seu uso necessário em busca do que chamou de futuro emancipador. Moraes elege a cartografia de Wilde para dar contornos a um mapa do mundo em que caiba a utopia, pois, se não dessa forma, este não parece ser digno de admiração (p.34).

Assim, a proposição de uma hegemonia outra parece ser delineada a partir da incorporação de valores como justiça social, diversidade informativa e pluralismo. Ao perceber as fraturas, os indivíduos se munem de uma força reivindicadora baseada em um “poder criativo e inovador na cena pública



(aí incluída a arena da comunicação)” (p. 52) que torna possível o vislumbre da superação do secular quadro de dominação, mesmo que no interior das organizações midiáticas. O importante, destaca o autor, é ter em mente que para ocupar o território do opositor é necessário “ter atingido uma série de objetivos táticos, visando desagregar o inimigo antes de enfrentá-lo em campo aberto” (Gramsci *apud* Moraes, p. 51)

Seguindo adiante, Moraes dedica-se à observação dos fluxos ultravelozes que subvertem o desenvolvimento tradicional do tempo cronológico e, dessa forma, “desordenam a sequência dos eventos, tornando-os simultâneos e muitas vezes efêmeros” (p. 58). No capítulo intitulado Cultura tecnológica, inovação e mercantilização, ainda na primeira parte do livro, o autor observa a linha tênue que divide a inconsequente alienação informativa do que chamou de delírio tecnológico, que “não desfaz desigualdades, acentua desníveis tecnológicos, repõe tensões sociais e se deixa apropriar pela voracidade mercantil” (p. 59). O culto ao fugaz, nesta perspectiva, parece ser providencialmente interessante na medida em que a durabilidade das experiências cede lugar à intensidade dos impulsos.

Nesta etapa do estudo, Moraes elege pensadores como Bauman e Appadurai como companheiros desta viagem em busca de uma radiografia precisa do estado atual das disputas midiáticas na América Latina. A durabilidade de um objeto de valor, nos lembra o sociólogo polonês, passa a ser diretamente afetada por sua (já) superação diante da promessa do próximo bem/desejo a consumir. Estaríamos diante do que Appadurai chamou de “jogo cíclico do novo como resultante de uma tensão entre nostalgia e fantasia, em que o presente é representado como se já fosse passado” (p. 60).

Ao assumir posição dianteira no estabelecimento e manutenção do capital, Moraes observou

a tendência de investimento no segmento de tecnologia da informação: nos Estados Unidos, aponta, a aplicação varia entre 3,5% a 5,2% do Produto Interno Bruto, ao passo que “na Europa Ocidental e na Ásia, o crescimento dos gastos com tais tecnologias são ainda mais significativos: 7% e 10%, respectivamente” (p. 61). O impacto direto dessa potencialização é observada pelo autor na análise dos protótipos e serviços infotelecomunicacionais. O telefone celular, nesse sentido, parece ser o expoente máximo dessa tendência tecnoprodutiva.

Ainda assim, Moraes reconhece o potencial aglutinador e disseminador de gestos ativistas. Ele aponta a mobilização pós 11 de março de 2004, que pretendia promover o protesto contra ações terroristas em Madri. Ao mesmo tempo, o autor reitera a necessidade de atentar ao fato de que

o celular também acirra a vontade de controlar tempos variáveis com continuidades que nos aferram ao que é desfrutável ou nos mantém vulneráveis a intromissões (...) além de se constituir (...) no vértice de uma intensificação mercadológica e tecnoprodutiva da economia multimídia (p. 67)

II – Utopias possíveis ao Sul

Na segunda parte de *A Batalha da Mídia*, Moraes se debruça sobre a América Latina com vistas aos *Governos Progressistas e Políticas de Comunicação* no continente. O cenário composto por atores como o presidente venezuelano Hugo Chavez, Luiz Inácio Lula da Silva (Brasil), o casal argentino Kirchner, Tabaré Vazquez (Uruguai), o primeiro presidente de origem indígena da Bolívia, Evo Morales, Michele Bachelet (Chile), Rafael Correa (Equador), Daniel Ortega (Nicarágua) e paraguaio Fernando Lugo parece evidenciar a emergência

de políticas públicas voltadas para a diminuição das injustiças sociais historicamente arraigadas na região.

Para tanto, o autor mapeia iniciativas contra-hegemônicas que possibilitaram o referido momento histórico de confluência de governos de esquerda, bem como o impacto de ações de política externa como a praticada pelo então presidente norte-americano George W. Bush. A América Latina, então, parece viver um período propício ao fortalecimento de líderes políticos que encontraram convergência numa visão combativa ante os ideais neoliberais, conforme aponta Moraes: “a) a conversão do Estado em aparelho a serviço das classes e do bloco de poder dominantes subordinado ao capital e à globalização das forças produtivas; b) o enquadramento do mercado como instância máxima de organização societária” (p. 102).

O livro apresenta ainda um panorama atualizado das formas de atuação dos governos progressistas latino-americanos. Moraes divide em dois os blocos que atuam nessas frentes. Evidentemente mais atravessado pela visão tradicional de mobilização de esquerda, o primeiro é composto por países como Venezuela, Cuba, Bolívia, Nicarágua, República Dominicana e Honduras. Sua principal divergência em relação ao segundo bloco reside na recusa de integração econômica de qualquer tratado encabeçado pelos Estados Unidos. De maneira distinta, países como Brasil, Chile e Uruguai incluem em suas agendas políticas programas de inclusão social, mesmo que de forma tangente ao modelo neoliberal.

Ainda nesta etapa da pesquisa, Moraes analisa o impacto da concentração dos meios de comunicação e, por consequência, do monopólio do conteúdo disseminado em larga escala no continente. Ao mapear as dinastias familiares que historicamente exploraram o mercado informativo na região, o autor

descortina um cenário avesso à pluralidade de vozes que, de certa forma, impulsionou a emergência de gestos de intervenção governamental na referida realidade por meio da tentativa de revisão de concessões de radiodifusão e da implementação de leis de regulação. À empreitada de contenção dos poderes ilimitados e não passíveis de revisão dos “latifundiários da mídia”, são forjados discursos defensivos sobre sua pretensa função social informativa como forma de impossibilitar o fim do monopólio e do direito de comunicar.

Ainda assim, Moraes aponta como um dos mais expressivos avanços do continente, no que se refere às políticas de comunicação, o desenvolvimento de rádios comunitárias como potenciais instrumentos efetivos de mobilização social. As palavras de Che Guevara transcritas pelo autor, reiteram a importância fundante do veículo em momentos de transformação política:

A importância da rádio é capital. Num momento em que todos os habitantes de uma região ou de um país ardem na febre dos combatentes, a força da palavra aumenta esta febre e se coloca a cada um dos combatentes. Ela explica, ensina, excita, determina entre amigos e inimigos as futuras posições (Machado, Magri e Masagão *apud* Moraes, p. 155).

Apesar do cenário historicamente desfavorável àqueles que defendem o uso diversificado e plural da mídia, Moraes identifica também nas experimentações de comunicação alternativa promissoras ferramentas no combate ao discurso do capital. Na última parte do livro, o autor se dedica a analisar o *Ativismo em rede* a partir da ideia de *comunicação virtual* e numa *perspectiva contra-hegemônica*. Para tanto, o pesquisador utiliza o entendimento do Foro de Medios Alternativos da



Argentina como referência: trata-se “daquela que atua como uma ferramenta para a comunicação no campo popular, sem deixar de lado a militância social, ficando implícito que jornalistas e/ ou comunicadores devem estar dentro do conflito, sempre com uma clara tendência a democratizar a palavra e a informação” (p. 232).

Mais uma vez, Moraes partilha do entendimento gramsciano para situar os veículos alternativos como aparelhos privados de hegemonia. “São organismos coletivos, de natureza voluntária e autônoma, que expressam convicções sobre a necessidade de democratização da vida coletiva de maior pluralismo, intervindo em batalhas hegemônicas em franca oposição ao *establishment*” (p. 232). Dessa forma, ele sugere a articulação entre a proposição de Gramsci com a perspectiva de Vinelli e Esperón, que aproximam a comunicação alternativa da noção de contrainformação.

Moraes ressalta que, mesmo diante da centralidade dos meios de comunicação na sociedade cada vez mais atravessada pelo impacto da mídia, uma das principais características da emergência da mobilização social por meio de ferramentas virtuais de informação é a reorganização dos percursos, a flexibilização das noções de fronteira e de periferia. Agora, “os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores de ideias e conhecimentos, dependendo de habilidades técnicas e lastros culturais” (p. 239).

Certamente, um dos maiores méritos desta obra de Dênis de Moraes é oferecer ao leitor uma pesquisa detalhadamente embasada, acrescida de uma análise precisa da América Latina. O diagnóstico estabelecido pelo pesquisador, para alguns, poderia surtir um efeito imobilizador diante de tamanho peso histórico das desigualdades políticas e sociais no continente. Este livro, no entanto, reitera que, ao contrário dessa perspectiva passiva

experimentada por muitos dos críticos do capital, Moraes se engaja e literalmente se deixa atravessar pelas novas experiências contra-hegemônicas da contemporaneidade.

A (re)existência do Sul: Mídia e política na América Latina
Flora Daemon

Data do Envio: 07 de setembro de 2010.
Data do aceite: 14 de novembro de 2010.

