

VANGUARDISMO NORDESTINO NA CONFIGURAÇÃO BRASILEIRA DOS ESTUDOS DE ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO

José Marques de Meloⁱ

Universidade Metodista de São Paulo

www.marquesdemelo.pro.br

Resumo:

Qual a participação dos intelectuais e das instituições nordestinas para o estudo da economia política da comunicação? Fundamentado em sua própria trajetória acadêmica, o autor procura delinear as contribuições teóricas evidentes, focalizando os históricos aportes marxistas, para melhor compreender as tendências dessa interdisciplina no âmbito das ciências da comunicação.

Palavras-chave: Comunicação. Economia Política. Marxismo. Nordeste. Alagoas

Resumen:

Que tipo de aportes los intelectuales y las instituciones de la región nordeste del Brasil brindaron a los estudios de la economía política de la comunicación? Anclado en su propia trayectoria académica el autor intenta evidenciar los avances teóricos de naturaleza marxista, ambicionando comprender los rumbos de esa interdisciplina en el ámbito de las ciencias de la comunicación.

Palabras-clave: Comunicación. Economía Política. Marxismo. Brasil. Nordeste. Alagoas

Abstract

In order to understand the advances of the Political Economy studies on Communications, the author explores his own academic trajectory through the Marxist theories, trying to map the contributions that came from Northeast Brazil,

Key words: Communication. Political Economy. Marxism. Northeast Brazil

INTRODUÇÃO

Mostra-se consensual entre os estudiosos da economia política da comunicação o reconhecimento de César Bolaño como animador contemporâneo desse segmento das ciências da comunicação no Brasil. Logo após sua formação como jornalista e economista em universidades paulistas, ele vem integrando, desde os anos 80, a equipe de pesquisadores da Faculdade de Economia da Universidade Federal de Sergipe, onde fundou o Núcleo de Economia Política da Comunicação e da Informação, dali irradiando projetos de análises e reflexões que fariam eco em outras universidades brasileiras.

Lamentavelmente, os estudiosos nordestinos de comunicação não se sentem atraídos por essa perspectiva de análise, que encontrou maior acolhida em universidades do sul e do sudeste. A realização do I Seminário Alagoano de Economia Política da Comunicação representa sinal alentador, reforçando o filão regional dos pesquisadores dessa interdisciplina.

Com a intenção de descortinar suas raízes históricas, procurei demonstrar que tal iniciativa fora precedida por ensaios que remontam ao começo do século XX, alguns deles protagonizados por intelectuais nordestinos (Marques de Melo, 2010, p. 65-82). Tenho agora a oportunidade de explorar, contextualizando, tais antecedentes. Estribado em minhas próprias reminiscências dessas atividades desbravadoras da EPC, foi necessário resgatar as influências marxistas que estão evidentes em suas raízes epistemológicas.

DEFASAGEM HISTÓRICA

Durante as primeiras décadas do século passado, os estudos de comunicação foram monitorados pelas ciências do comportamento, que buscavam compreender as motivações dos atos interativos através dos quais os

indivíduos trocam significados e os grupos humanos cimentam a vida em comunidade. Justamente pelo viés psicossocial, tais pesquisas revelaram-se insuficientes para explicar situações tão complexas, ensejando especulações, suscitando dúvidas, endossando receios, despertando controvérsias.

Mas a segunda metade do século foi próspera em contribuições teóricas e metodológicas provenientes das ciências da sociedade. Tanto a sociologia política quanto a antropologia cultural forneceram contribuições fundamentais, principalmente através das equipes interdisciplinares que analisaram os fenômenos comunicacionais em função de objetivos estratégicos, quer na Europa quer na América. (Marques de Melo, 2003^a)

Disciplina-fronteira, a Economia Política da Comunicação – EPC – configurou-se academicamente no fim do século XX, embora variáveis econômicas tenham sido focalizadas, pelos cientistas sociais, desde muito antes, na elucidação dos fenômenos midiáticos. Existe, portanto uma defasagem histórica entre o “campo” acadêmico e o “objeto” de pesquisa.

LINHAS DE PENSAMENTO

A verdade é que as dimensões econômicas permaneceram opacas até que os arautos da aceleração desenvolvimentista, no período pós-guerra, lançam suas teses, tão polêmicas quanto sedutoras, destinadas a converter as novas tecnologias de comunicação em alavancas da modernização das sociedades periféricas.

Tais idéias embutiam uma espécie de Plano Marshall terceiromundista, merecendo reflexões cautelosas por parte de economistas latino-americanos, como foi o caso de Raúl Prebisch, dirigente da Comissão Econômica da América Latina – CEPAL. Em documento amplamente disseminado pela UNESCO, ele questionou a relação causal entre comunicação e desenvolvimento. (Marques de Melo, 1998).

Enquanto campo de estudos, a EPC constitui espaço aberto para incursões das diferentes correntes de pensamento, inclusive o marxismo. Assim

sendo, existem outras aproximações econômicas aos fenômenos comunicacionais, fundamentadas em premissas não dialéticas.

Talvez como recurso didático, possamos identificar duas linhas de pensamento no âmbito da EPC – uma “pragmática”, catalizando as abordagens mais sintonizadas com a preservação do sistema econômico hegemônico na sociedade – e outra “crítica”, mais preocupada em problematizar as estruturas vigentes, quase sempre inspiradas ou influenciadas pelo marxismo.

CORRENTE MARXISTA

Foi essa segunda vertente a que prosperou na International Association for Media and Communication Research – IAMCR – abrigada e fortalecida na seção denominada *Political Economy*, reflexo da concepção dominante no nascedouro da comunidade mundial de ciências da comunicação, onde o conhecimento comunicacional estava subordinado às disciplinas das ciências sociais. Além dessa seção, outras foram instaladas pelos fundadores da nossa associação científica: *Social Psychology, Law, History* etc.

A seção de Economia Política foi sendo pouco a pouco ocupada por estudiosos norte-americanos, próximos ou identificados com o marxismo, que acabaram por exercer uma hegemonia legitimada. Estiveram sucessivamente na vanguarda desse espaço até agora 3 figuras marcantes na disciplina, catalizadoras da simpatia das novas gerações: Dallas Smythe, Vicent Mosco e Janet Wasco. Pesquisadores como Herbert Schiller, Bernard Miège, Peter Golding, Fernando Perrone participaram ocasionalmente dos seus debates.

Foi por influência de Fernando Perrone, brasileiro então exilado na França, que freqüentei inicialmente esse grupo. Apesar de filiado à IAMCR desde fins da década de 60, somente passei a freqüentar seus congressos bienais em 1988, por razões conjunturaisⁱⁱ.

Minha aproximação a essa corrente se fez empaticamente, permitindo resgatar as incursões não conscientes que empreendera à EPC durante a minha formação intelectual em Alagoas-Pernambuco. Isso ocorreu no início dos anos 60, quando despertei para as questões sociais, na fase de transição do colégio à

universidade. Por isso mesmo, quero dar um testemunho das minhas investidas na seara do marxismo, o que me conduziu a explorações precoces no âmbito da EPC.

Trata-se de desviar o fluxo da narrativa, dando-lhe um viés autobiográfico, que possivelmente servirá como estímulo aos jovens de hoje, céticos ou confusos diante do dever cidadão de participar e influir na esfera pública.

FONTES MARXISTAS

Tem sido rica e diversificada a contribuição do marxismo às ciências da comunicação. Resgatei essa corrente de pensamento quando discuti no meu livro *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (1970) o conceito marxista de comunicação. Demonstrei ali que a compreensão do fenômeno comunicacional, pela ótica do materialismo dialético, fundamenta-se na relação entre trabalho e linguagem, variável essencial para o entendimento dos atos humanos de interação simbólica. Consultei, nessa ocasião, as fontes disponíveis, particularmente os escritos seminais de Marx e Engels e as exegeses feitas por marxistas de linhas distintas, desde os russos (Lênin e Afanassiev), até os pensadores ocidentais como Adam Schaff e Leôncio Basbaum.

Este último, brasileiro, legou uma instigante reflexão que fundamenta o conceito histórico de comunicação. Em seu livro *História e Consciência Social* (São Paulo, Fulgor, 1967), Basbaum defende a tese de que a comunicação representa um fator de equilíbrio da vida em sociedade, neutralizando o ímpeto bélico dos homens, na medida em que instaura o diálogo e pode conduzir ao entendimento entre comunidades ou nações em conflito.

Mas quem aplicou sistematicamente as categorias do marxismo para compreender os fenômenos comunicacionais no Brasil foi o historiador Nelson Werneck Sodré, como evidenciei inicialmente no meu livro *História Social da Imprensa* (2003) e documentei de modo amplo no recente livro *História Política das Ciências da Comunicação* (2008).

De qualquer maneira, para os interessados em avançar no tratamento que os marxismos vem dando ao processo comunicacional, não existe melhor

fonte de referência que o inventário feito por Armand Mattelart e Seth Siegelaub – *Communication and class struggle* (New York, IG / Paris, IMMRC, 1979). Trata-se de uma exaustiva e competente revisão da literatura sobre a questão, com a vantagem de incluir excertos dos textos e adotar uma visão sintonizada com a perspectiva mundial do conhecimento, evitando a convencional redução ao “modelo ocidental”. Quero dizer que os autores incluem não apenas obras de pensadores anglófonos, teutos, franco-italianos, mas adicionam textos de outras geografias, não esquecendo as contribuições da periferia, tanto africana quanto latino-americana.

Trata-se de antologia fundamentada no exaustivo inventário das fontes realizado por Seth Siegelaub na série *Marxism and the Mass Media: towards a basic bibliography*, 3 vols., publicado sob a forma de fascículos no período 1972-1979, pelo International Media Research Center, em New York. A obra cobre o período de 1842-1974, com propósito nitidamente *político*, considerando a “importância crescente da comunicação na definição dos conteúdos e nos rumos das lutas futuras”.

Outra fonte de estudos, não propriamente marxista, mas naquele sentido ecumênico que a EPC vem incorporando pouco a pouco, autodenominada “pensamento crítico” (Miége, 2000), é a *Antología de Comunicación para el Cambio Social* (La Paz, Plural Editores, 2008), originalmente publicada em inglês, tendo como organizadores intelectuais o boliviano Alfonso Gomúcio e o dinamarquês Thomas Tufte. Foram selecionados textos oriundos principalmente de países de terceiro mundo, entre eles os brasileiros Paulo Freire, Luiz Beltrão, Augusto Boal, José Marques de Melo e Cicília Peruzzo.

Da bibliografia brasileira, pode também ser útil a consulta ao livro de Albino Rubim – *Marxismo, Cultura e Intelectuais no Brasil* (Salvador, UFBA, 1995), onde existem referências às questões comunicacionais no bojo das políticas culturais do histórico PCB – Partido Comunista Brasileiro. Igual consulta pode ser feita também a livro de Leandro Konder – *Intelectuais brasileiros e marxismo* (Belo Horizonte, Oficina de Livros, 1991).

CAMINHOS CRUZADOS

Quem me introduziu ao marxismo foi um intelectual alagoano que, muito cedo, integrou a diáspora caeté nos centros metropolitanos deste país. Banido do território alagoano por “delito” ideológico, o jovem Octavio Brandão exerceu uma influência inestimável na juventude alagoana da primeira metade do século XX. Sua ausência involuntária estimulava os jovens de então, criando um fascínio pelo seu estoicismo, um interesse inusitado pelas suas idéias progressistas.

Nosso primeiro contato se deu através do seu livro mítico *Canais e Lagoas*, publicado em 1919, no Rio de Janeiro. Esta obra arrebatou corações e mentes dos alagoanos convictos da nossa identidade, cujos brios foram enaltecidos pelo jovem cientista ao comprovar a existência do petróleo em Alagoas.

Sua leitura me deixou com água na boca. Vasculhando alfarrábios, defrontei-me com um exemplar do romance épico *O Caminho*, publicado também no Rio de Janeiro, em 1950. Li sofregamente o itinerário novelesco percorrido pela humanidade até o despertar das massas. Trata-se de uma reconstituição da própria experiência do autor como militante político, que descobre o ideário marxista, abraçando-o de corpo e alm.

Chegando a Recife, em 1960, procurei abastecer-me de conhecimento sobre a matéria nas bibliotecas públicas. Concomitantemente, integrei-me ao movimento estudantil, fonte inesgotável de dados e valores sobre o cenário nacional e internacional.

Não escapei das aulas de doutrinação propiciadas pela juventude comunista, daquela época, valendo-me dos manuais de filosofia de Georges Politzer e de economia da Academia de Ciências da URSS.

Mas me senti gratificado, logo a seguir, com os cursos de introdução ao marxismo ministrados pelo militante Apolônio de Carvalho e pelo teórico Jacob Gorender. Comecei a desvendar melhor o cipoal cognitivo tecido pelos exegetas de Karl Marx.

Mas foi na universidade que avalei melhor os conteúdos - imanente e transcendente - do marxismo. Quem me deu pistas essenciais para suprir minhas lacunas teóricas foi Vamireh Chacon, meu professor de Economia Política na

Faculdade de Direito, cujas aulas acompanhei com interesse durante todo o ano de 1961.

Esse episódio me permite retornar à EPC para dar continuidade a este relato, que se vai tornando sinuoso e labiríntico.

ECONOMIA POLÍTICA

As portas da Economia Política me foram abertas por outro alagoano, menos emblemático do que Octávio Brandão, mas figura lendária da Faculdade de Direito da então Universidade do Recife, o cientista social Arnóbio Graça.

Catedrático dessa disciplina fundada no Recife por Alfredo Freyre, pai de Gilberto, mais conhecido como o “solitário de Apipucos”, Arnóbio Graça ficou aureolado por sua entrada na Faculdade de Direito. Nela, Arnóbio ingressou pelo mérito. Então, persistia na universidade brasileira o instituto do nepotismo. Seu concurso de cátedra repercutiu intensamente na universidade, destacando-o com um dos poucos professores aberto ao diálogo na faculdade, sendo incluído entre os raros docentes alinhados à esquerda, no período pós-guerra.

Não cheguei a assistir suas aulas, mas comprei e li seu manual de Economia Política, a bíblia da matéria, segundo meus colegas de turma. Afastado da cátedra por motivos de saúde, suas aulas vinham sendo ministradas por jovens doutores, recém chegados da Europa, entre eles Germano Coelho e Vamireh Chacon. A leitura do livro eu a fiz na conturbação do primeiro mês de aulas, em certo sentido atormentado pela sua vacilação entre dois humanismos: o marxista e o cristão.

Quando Varireh assumiu as aulas, depois de retornar de viagem de estudos ao país dos ianques, o ambiente se desanuviou. Jovem e ambicioso intelectual pertencente à elite pernambucana compensava sua inabilidade retórica com seminários, trabalhos de campo e sobretudo o estímulo às polêmicas. Essa última característica ele a herdou do catedrático enfermo.

Em seu livro de memórias precoces *O poço do passado* (1984), Varireh destaca essa prática pedagógica de Arnóbio Graça.

“ Arnóbio gostava de incentivar o debate. Certa vez, acabou em pugilato, diante dele, impassível e sarcástico. Mas habitualmente afável e acessível.”(p. 130)

Chacon, aliás, é bastante evasivo a propósito da influência recebida de Arnóbio Graça, durante sua formação acadêmica, limitando-se a registrar o itinerário heterodoxo que ele percorreu com seus companheiros de geração.

“As ciências sociais vinham a nós primeiro por Arnóbio Graça, querendo compatibilizar, no dilema da sua época, o neocorporativismo dollfussiano de Otmar Spann (...) com Werner Sombart, fronteiro do socialismo porém condescendentes com as direitas alemãs.”(p. 134)

Explicando as circunstâncias, acrescenta:

“Arnóbio fora integralista (...) em companhia de colegas estudantes. Todos jornalistas, alguns depois convertidos às esquerdas.”(p. 134)

Com a morte de Arnóbio Graça, seu assistente Vamireh Chacon assume a regência da cátedra de Economia Política. Foi justamente por seu intermédio que me informei amplamente sobre as variantes do marxismo, entrando em contato com as idéias de Gramsci e Adorno, então praticamente desconhecidas no Brasil.

Vamireh também me apresentou a dois economistas situados no universo marxista – Paul Baran e Paulo Sweezy -, motivando-me, quando me iniciava na pesquisa em comunicação para traduzir o clássico ensaio *Comentários sobre o tema da propaganda*, publicado na revista *Comunicações & Problemas* (1968).

Este é o meu atestado de ingresso no campo da EPC. Nesse período, influenciado pelos economistas da SUDENE e da CEPAL defronto-me com as teorias da dependência, que ofereceram bom pretexto para o estudo da comunicação no contexto sócio-econômico, hoje reconhecido como “pensamento crítico”, para a constituição do qual a INTERCOM jogou papel decisivo no Brasil.

PRECURSORES NORDESTINOS

Antes disso, vale a pena anotar que diante das demandas que me antepuseram recentemente Cesar Bolaño e Valério Brittos, solicitando prefácios

para livros publicados pela EPTIC, senti necessidade de fazer uma revisão bibliográfica para identificar os precursores dessa disciplina no Brasil. Tive, então, a grata surpresa de constatar que coube a dois nordestinos o papel de pioneiros dessa corrente de pensamento: o pernambucano Barbosa Lima Sobrinho e o alagoano Costa Rego.

As reflexões precursoras de autoria de Barbosa Lima Sobrinho (1923), estão em sua obra clássica *O problema da imprensa*, que contém um capítulo específico, denominado “O industrialismo na imprensa”, argumentando que o jornalismo deixou de ser um “sacerdócio” para se converter em “negócio”.

Embora reconheça que o Brasil ainda não havia chegado a esse estágio, marchando naquela direção, o jovem Barbosa Lima Sobrinho mostra “como é limitado o campo de ação do jornalismo”, em nosso país, pois faltava público aos jornais, cujas tiragens não ultrapassavam 80.000 exemplares no Rio ou 20.000 em São Paulo.

Não se pode dizer, absolutamente, que o pensamento econômico do genial Barbosa Lima Sobrinho encaixa-se no ideário marxista, ainda que ele consultado fontes dessa natureza. Idêntica é a situação de outros pensadores da mesma época, como veremos a seguir.

Na mesma linha eclética, Costa Rego (1929) escancara, em tom indignado, as entranhas da imprensa alagoana, dependente de “subvenções” do governo estadual para sobreviver, ora “bajulando” (se bem aquinhoad), ora “chantageando” (quando carente de subsídio dos cofres públicos).

CENÁRIO LATINO-AMERICANO

A conjuntura posterior à Revolução Cubana (1959) foi marcada pela circulação das idéias desenvolvimentistas patrocinadas pela Aliança para o Progresso, contra as quais se insurgiu a teoria da dependência inspirada por Raul Prebisch (CEPAL). Tal corrente de pensamento motiva reflexões perplexas, como as enfeixadas no meu livro *Comunicação, Opinião, Desenvolvimento* (1971), posteriormente aprofundadas na obra *Subdesenvolvimento, Urbanização e Comunicação* (1976) e sistematizadas no ensaio sobre comunicação,

desenvolvimento e crise na América Latina, escrito a pedido de Fred Casmir (1991), organizador da antologia *Communication in Development*. (New Jersey, Ablex).

Mas, o terreno propício para desocultar o lado econômico da comunicação foi indiscutivelmente cultivado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM. Nesse ambiente pluralista e solidário vai germinar o grupo que se aglutinaria em torno da “economia política”, gerando a corrente intelectual hoje conhecida pela sigla EPTIC. A *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, publicada semestralmente pela INTERCOM, serviu como câmara de eco para as teses embrionárias de César Bolaño, cuja primeira aparição está consubstanciada no artigo “A questão da publicidade de televisão no Brasil” (Bolaño, 1987), precedente ao já citado artigo sobre o “enfoque neo-shumpeteriano” (1991).

Na seqüência, a revista da INTERCOM abriu suas páginas para divulgar as idéias do seu parceiro intelectual Alain Hercovici – “Televisão brasileira e realidade inacabada” (Hercovici, 1992) -, bem como o estudo conjunto destinado a comparar os “agentes comunicacionais da Europa ocidental e da América do Sul” (Bolaño & Hercovici, 1993).

A essa dupla se agregariam oportunamente Valério Brittos, Edgard Rebouças, Marcio Wholers, Sergio Caparelli, Murilo César Ramos, Suzy dos Santos, Fernando Matos e outros pesquisadores nacionais, formando o coletivo EPTIC, que adotou cidadania latina e pretende dialogar com os grupos similares atuantes em outros países.

O marco teórico desse movimento intelectual encontra-se documentado no ensaio recém escrito por Bolaño (2008), onde procura explicitar uma “taxonomia das indústrias culturais”. Situando historicamente os “pais fundadores” da Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC) - Baran e Sweezy, Smythe e Schiller - e resgatando as contribuições de Raymond Williams, ele faz referência aos quadros de análise propostos em *Economia Política da Internet* (Bolaño, Herscovici, Castañeda, Vasconcelos, 2007), “para considerar a situação atual, de convergência tecnológica e organização em rede da produção, distribuição, troca e consumo de bens culturais e de comunicação”.

MATRIZES FORÂNEAS

Esse rico filão de estudo, valorizando a importância da Economia para a compreensão e a gestão dos processos comunicacionais, não configura entretanto um campo acadêmico com a mesma identidade que assume a linha de pesquisa aglutinada sob a liderança de Dallas Smythe no âmbito da International Association for Media and Communication Research – IAMCR. Esse grupo lança uma plataforma investigativa a partir da crítica de Karl Marx à economia política no capitalismo, formulando hipóteses e desvendando problemas vigentes na promissora indústria de bens simbólicos, cujo traço mais evidente é a face transnacional e cujo enigma desafiador continua a ser a vocação imperialista.

Trata-se de questões exploradas de forma paradigmática pelo belga Armand Mattelart e pelo estadunidense Herbert Schiller, cujas teses chegam cedo ao Brasil, ainda nos anos 70-80, mas que só iriam motivar pesquisas avançadas na década de 90, quando César Bolaño funda o Grupo de Trabalho de Economia Política da Comunicação no âmbito da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM.

Mesmo ainda não reivindicando o monopólio da “crítica”, a Economia Política da Comunicação começa a despontar entre nós naquele exato momento em que circulou o clássico ensaio de Paul Baran e Paul Sweezy – “Comentários sobre o tema da propaganda” – traduzido e publicado na revista *Comunicações & Problemas* (Recife, ICINFORM). Essas teses seriam retomadas mais tarde e discutidas, na essência, por César Bolaño, em artigo sobre “A questão da publicidade de televisão no Brasil” (Revista Brasileira de Comunicação, 1987).

O campo só germina com a matriz marxista, quando aparece no mercado o livro de Herbert Schiller – *O império norte-americano das comunicações* (Petrópolis, Vozes, 1976), onde o autor deu seqüência às idéias esboçadas por Dallas Smythe, com quem conviveu durante breve período na Universidade de Illinois, nos anos 60. Tanto assim que o canadense foi convidado a prefaciar essa obra de estréia do autor, lançada em inglês em 1971 e depois traduzida

concomitantemente para o português e o espanhol. Aqui, sua tradução foi feita competentemente por Tereza Lucia Hallidayⁱⁱⁱ.

Marco mais abrangente seria fincado por Armand Mattelart, depois da profícua jornada latino-americana^{iv}. Naquela ocasião, ainda sob inspiração althusseriana, ele realiza instigante observação sobre a ideologia do imperialismo cultural. Mas, no retorno ao espaço europeu, desenvolve ampla investigação sobre as entranhas do capitalismo midiático, revisando e aprofundando algumas premissas sugeridas por Smythe e Schiller. Evidências dessa inserção no território da economia política da comunicação, na idade da mundialização, estão contidas nos livros sobre a internacional publicitária, que precedem seu diálogo com a vanguarda acadêmica brasileira, iniciado em 1981, durante o ciclo de estudos sobre “hegemonia e contra-informação”.

MEDIAÇÃO BRASILEIRA

Um dos interlocutores mais lúcidos desses autores tem sido o jornalista César Bolaño^v, que buscou complementar sua formação acadêmica no âmbito da Economia. Guiado pela experiência de Liana Aureliano, concretizou sua inserção no grupo de economistas pós-cepalinos da UNICAMP, responsável pela revisão crítica da economia brasileira à luz dos postulados marxistas. O jovem galego-paulistano começou a vislumbrar um território fascinante, onde a teoria da comunicação e a economia política se entrecruzam dinamicamente.

Sua dissertação de mestrado sobre a trilha econômica que a televisão percorre no tardio capitalismo brasileiro ofereceu evidências do tirocínio cultivado para entender criticamente a transição do veículo. Inicialmente nutrido por anunciantes locais ou regionais, o crescimento da indústria televisiva decorre da amplitude nacional assumida na esteira da modernização tecnológica, propiciando a formação de redes financiadas por empresas de grande porte, inclusive transnacionais. Convertido em livro sob o título *Mercado Brasileiro de Televisão* (Aracaju, Editora da UFS, 1988), esse trabalho dá seqüência ao debate iniciado na revista da INTERCOM^{vi}, constituindo o passaporte que o habilita para

estabelecer pontes entre os campos da Comunicação e da Economia, no Brasil e na América Latina.

Percebe-se, nessa produção embrionária, que Bolaño não se restringe aos conceitos-chave difundidos por Smythe, Schiller, Mattelart e outros pensadores, mas exercita sua própria reflexão sobre as indústrias de bens simbólicos no capitalismo periférico, tomando o caso brasileiro como objeto privilegiado, exatamente pelo papel crucial que nele desempenha o Estado.

Ao publicar, no ano 2000, sua tese de doutoral, em livro intitulado *Indústria cultural, informação e capitalismo* (São Paulo, Hucitec), César exhibe atestado de maturidade intelectual, confirmando a posição de liderança assumida na comunidade brasileira de ciências da comunicação. O GT que ele cria e desenvolve no âmbito da INTERCOM constitui um espaço singular para a interlocução entre economistas e comunicólogos, tanto assim que mereceu o Prêmio Luiz Beltrão 2003, na categoria de “grupo inovador”. Mas, àquela altura, sua equipe já vislumbrava espaços mais amplos, fortalecida pela extensão latino-americana que a conduziu ao continente latino-europeu, formando uma nova rede internacional, sob o título de União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura – ULEPICC.

O fortalecimento meteórico dessa micro-comunidade acadêmica se explica pela adoção de duas estratégias institucionais: 1) a publicação de uma revista eletrônica, onde os seus integrantes publicam os resultados das pesquisas realizadas, debatendo temas relevantes da atualidade; 2) a manutenção de uma coleção de livros, em formatos impresso e digital, constituindo a Biblioteca Eptic, à qual pertence a coletânea *Comunicação e a Crítica da Economia Política* (Aracaju, Editora da UFS, 2008).

LUTA EPISTEMOLÓGICA

Pretendendo fomentar o diálogo entre a Economia Política e outras áreas de conhecimento que transitam pelo campo comunicacional, o referido livro foi concebido para iluminar as controvérsias e imprecisões que assolam esta disciplina-fronteira, ou melhor, pesclarecendo o verdadeiro objeto da EPC.

Para tanto, César Bolaño convida representantes de áreas situadas no mesmo universo cognitivo para participar da “luta epistemológica pela reconstrução do campo crítico da comunicação”. A convocatória reúne desde os estudos culturais à exegese da mídia alternativa, passando pela ciência da informação e pelas tecnologias da comunicação, ate chegar à educomunicação e ao direito de propriedade intelectual.

Como estímulo a esse colóquio, César propõe o resgate das idéias esboçadas por Raymond Williams no primeiro capítulo de *Marxismo e Literatura*, tendo como cenário a obra clássica de Antonio Gramsci – *Os intelectuais e a organização da cultura*, donde ele pinçou a epígrafe deste livro.

Contribuindo para o debate, tomo a liberdade de sugerir que tal releitura se faça de modo cruzado, incluindo as teses contidas em obras de intelectuais “mestiços”, sobretudo *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana* de José Carlos Mariategui, *Crítica Impura* do brasileiro Astrojildo Pereira ou *Os intelectuais progressistas* do também brasileiro Octavio Brandão.

Não tenho dúvida de que a liderança exercida consensualmente por César Bolaño sai fortalecida desse embate conjuntural, mas ele próprio tem consciência das lacunas persistentes. Tanto assim que não hesita em se antecipar, convocando seus companheiros de jornada utópica para aprofundar o debate epistemológico entre as correntes do “pensamento marxista” com a intenção de desvendar as singularidades do “pensamento crítico latino-americano”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Academia de Ciências da URSS. Instituto de Economia - 1961 – *Manual de Economia Política* (Tradução de Jacob Gorender e Josué Almeida), Rio de Janeiro, Vitória

Baran, Paul & Sweezy, Paul- 1968 – Comentários sobre o tema da propaganda, *Comunicações & Problemas*, vol. II1, n. 2/3, Recife, ICINFORM, p. 67-76

Basbaum, Leôncio - 1967 – *História e Consciência Social*, São Paulo, Fulgor

Barbosa Lima Sobrinho - 1923 – *O problema da imprensa*, Rio, José Álvaro Editor

1984 – Imprensa, nacionalismo e desenvolvimento, In: Marques de Melo, org. – *Imprensa & Desenvolvimento*, São Paulo, ECA-USP, p. 181-193

Bolaño, César - 1987 - "A questão da publicidade de televisão no Brasil", *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano X, n. 56, São Paulo, INTERCOM, p. 52-68

1991 - "O enfoque neo-schumpeteriano da concorrência e o mercado da televisão", que o autor publicou na *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano XIV, n. 65, São Paulo, INTERCOM, p. 38-48.

2004 - *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, São Paulo, Hucitec/Polis, 2ª ed., revista

2004 - Apresentação - *Mercado Brasileiro de Televisão*, (São Paulo/Aracaju, Educ / Editora UFS, p. 19-27

2007 – *Desafios da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura frente às inovações tecnológicas e à mudança social: a atual batalha epistemológica do pensamento crítico latino-americano*, México, VI Congresso da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC)

2008 - *Taxonomia das indústrias culturais: notas sobre a gênese e a história da Economia Política da Comunicação e da Cultura*, Brasília (inédito).

Bolaño & Herscovici - 1993 – Estratégias comparadas dos agentes da comunicação na Europa Ocidental e no sul da América latina, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano XVI, n. 1, São Paulo, INTERCOM, p. 112-119

Bolaño, César, org. -1995 - *Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação*, São Paulo, INTERCOM,

1997 - *Privatização das Telecomunicações na Europa e na América Latina*, Aracaju, EDUFS,

1999 - *Globalização e Regionalização das Comunicações*, São Paulo, EDUC

2007 – *Economia política da internet*, Aracaju, EDUFS

Bolaño & Mastrini, org. - 1999 – *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina*, Buenos Aires, Biblos

Bolaño, Mastrini & Sierra, orgs. - 2005 – *Economia Política, Comunicación y Conocimiento*, Buenos Aires, La Crujia

Brandão, Octavio -2007 – *O Caminho*, 2ª. Ed., Maceió, EDUFAL

2001 – *Canais e lagoas*, 3ª. Ed., Maceió, EDUFAL

1956 – *Os intelectuais progressistas*, Rio, Simões

Brittos, Valério - 2004 - Prefácio, In: Bolaños, Cesar - *Mercado Brasileiro de Televisão* (São Paulo/Aracaju, Educ / Editora UFS, p. 9-14

2010 – *TV digital, economia política e democracia*, São Leopoldo, Editora Unisinos

Brittos & Bolaño -2005 – *Rede Globo, 40 anos de poder*, São Paulo, Paulus

Caparelli, Sergio - 1982 – *Televisão e capitalismo no Brasil*, Porto Alegre, L&PM

Chacon, Vamireh - 1984 – *O poço do passado*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira

Cohn, Gabriel - 1971 - *Comunicação e Indústria Cultural*, São Paulo, Nacional

Costa Rego -1929 – Como foi que persegui a imprensa, Rio de Janeiro, *Correio da Manhã*, posteriormente incluída na coletânea *Águas passadas*, Rio, José Olympio, 1952, p. 174-193

- Garnham, Nicholas - 1994 – Contribución a una economía política de la comunicación de masas, In: Moragas, Miquel de – *Sociología de la comunicación de masas – V. I – Escuelas y Autores*, Barcelona, Gustavo Gili, p. 108-140
- Gomuncio, Alfonso & Tufte Thiomias – 2008 - *Antología de Comunicación para el cambio social*, La Paz, Plural Editores
- Graça, Arnóbio - 1949 – *Princípios de economia política*, São Paulo, Saraiva
- 1953 – *Ciências econômicas e sociais*, São Paulo, Saraiva
- Herscovici, Alain - 1992 – Televisão Brasileira: a realidade inacabada, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano XV, n. 2, São Paulo, INTERCOM, p. 46-55
- Jambeiro, Othon; Bolaño, César e Brittos- 2004 – *Comunicação, Informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder*, Salvador, Edufba
- Konder, Leandro - 1991 – *Intelectuais brasileiros & marxismo*, Belo Horizonte, Oficina de Livros
- Marques de Melo, José, org. - 1970 – *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, Petrópolis, Vozes
- 1980 – *Comunicação e classes subalternas*, São Paulo, Cortez
- 1981 – *Populismo e comunicação*, São Paulo, Cortez
- 1983 – *Teoria e pesquisa em comunicação, panorama latino-americano*, São Paulo, Cortez
- 1985 – *Para uma leitura crítica da comunicação*, São Paulo, Paulinas
- 1989 – *Comunicação na América Latina, desenvolvimento e crise*, Campinas, Papius
- 1990 – Communication, development and crisis in Latin América, In: Casmir, Fred, ed. – *Communication in development*, Norwood, Ablex, p.203-226
- 1998 – *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes
- 2003a – *História do pensamento comunicacional*, São Paulo, Paulus
- 2003b – *História social da imprensa*, Porto Alegre, Edipucrs
- 2010 – *Os caminhos cruzados da comunicação: Política, Economia e Cultura*, Sao Paulo, Paulus
- Marques de Melo, José; Fadul & Lins da Silva, orgs. - 1979 – *Ideologia e poder no ensino de comunicação*, São Paulo, Cortez & Moraes
- Mattelart, Armand e Michele - 2000 – *História das teorias da comunicação*, São Paulo, Loyola
- Mattelart, Armand e Siegelau, Seth - 1979 – *Communication and Class Struggle*, New York, IG
- Miége, Bernard - 2000 – *O pensamento comunicacional*, Petrópolis, Vozes
- 2000 – *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, PUG
- 2004 – *L'information – communication, objet de connaissance*, Bruxelles, De Boeck
- Rubim, Albino - 1995 – *Marxismo, cultura e intelectuais no Brasil*, Salvador, EDUFBA
- Schiller, Herbert - 1976 – *O império norte-americano das comunicações*, Petrópolis, Vozes

Siegelaub, Seth - 1978 – *Marxism and the Mass Media: towards a basic bibliography*, n. 1-3, revised edition, New York, IMMRC

1979 - *Marxism and the Mass Media: towards a basic bibliography*, n. 4-5, New York, IMMRC

1980 - *Marxism and the Mass Media: towards a basic bibliography*, n. 6-7, New York, IMMRC

ⁱ Jornalista diplomado, fez pós-graduação em Ciências da Informação Coletiva (CIESPAL-UNESCO). Doutor, Livre-Docente e Professor Titular em Jornalismo (USP). Docente fundador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Catedrático UNESCO da Universidade Autônoma de Barcelona (Espanha) e Thinker Visiting Professor da Universidade do Texas. Dirige atualmente a Cátedra UNESCO de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Autor de meia centena de livros, organizador de uma centena de coletâneas e de artigos em periódicos nacionais e internacionais. Doutor Honoris Causa pela Universidade Federal de Alagoas e Patrono da IV Bienal Internacional do Livro de Alagoas. Cibermemorial: www.marquesdemelo.pro.br

ⁱⁱ Processado pelo Decreto 477 em 1972 e demitido sumariamente da minha cátedra de Jornalismo na USP, fiquei impedido de representar o Brasil em congressos internacionais. Essa interdição perdurou até 1979, quando a lei da anistia restituiu meus direitos acadêmicos.

ⁱⁱⁱ Professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco, que se especializou em análise de discurso, naquela época realizando estudos de mestrado na Universidade de Wisconsin.

^{iv} Armand Mattelart começou a despontar no cenário internacional no início dos anos 70, quando trabalhou em universidades chilenas, na conjuntura marcada pela ascensão e queda de Salvador Allende. Ele adquire notoriedade através do livro escrito em parceria com Ariel Dorfman – *Para ler o Tio Patinhas* – uma denúncia vibrante do “colonialismo cultural” praticado pelos EUA na América Latina. Logo após o golpe militar liderado por Pinochet ele retorna à Europa, radicando-se na França.

^v Descendente de imigrantes galegos e diplomado em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, César Bolaño migra para o campo da Economia, fazendo mestrado e doutorado na UNICAMP no instituto liderado academicamente por João Manuel Cardoso de Mello, Luiz Gonzaga Beluzzo e Maria da Conceição Tavares. Posteriormente, incorpora-se ao corpo docente da Universidade Federal de Sergipe, onde cria o Observatório de Economia e Comunicação.

^{vi} Editor da Revista Brasileira de Comunicação em meados dos anos 80, Bolaño ascende academicamente na INTERCOM, associação em que veio a ocupar o cargo de Vice-Presidente.