

Resenha

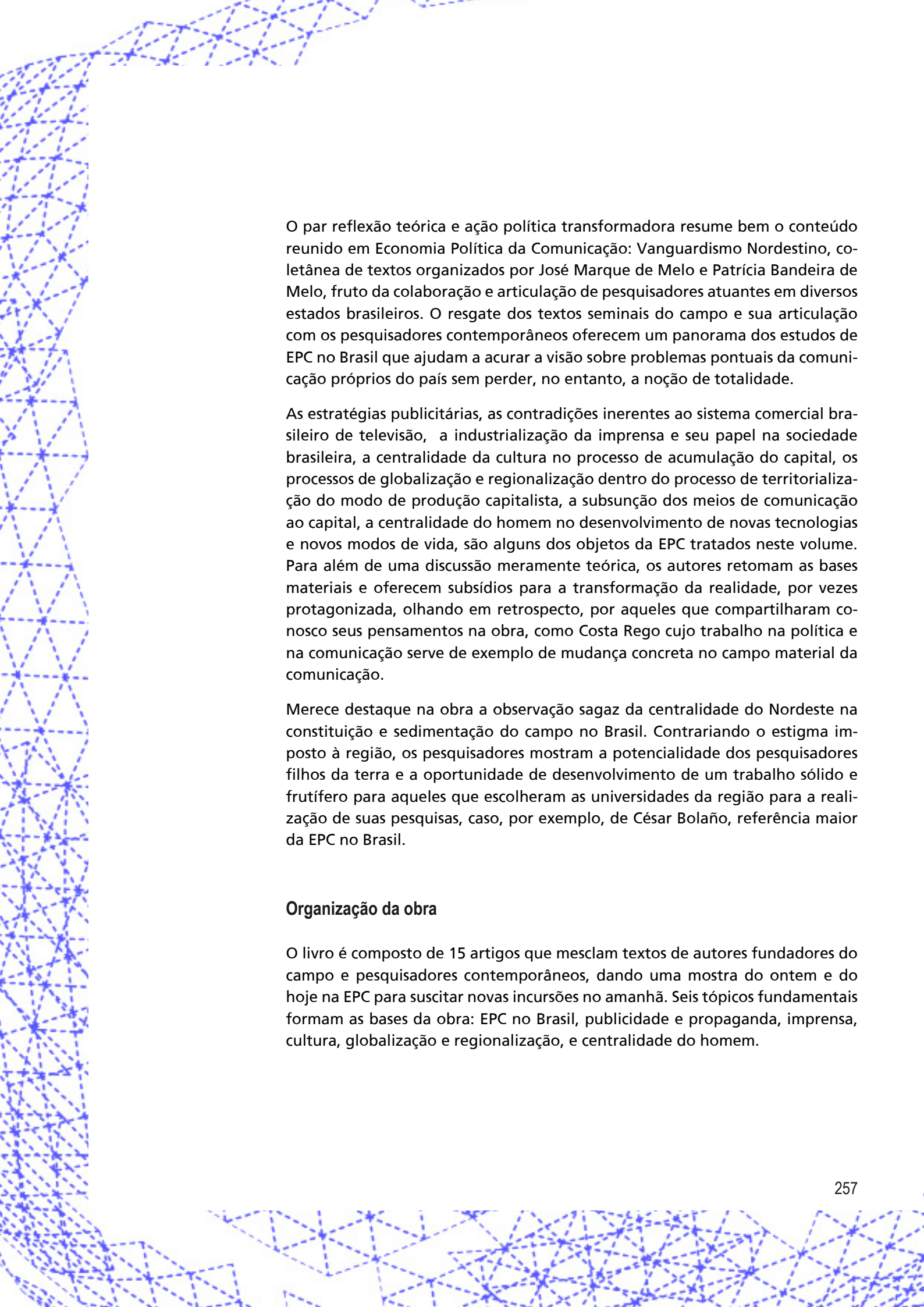
O nordeste brasileiro na vanguarda da pesquisa em economia política da comunicação

Obra resenhada: MELO, José Marques de; MELO, Patrícia Bandeira de (Org.). Economia política da comunicação: vanguardismo nordestino. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2013.

Denise Maria Moura da Silva Lopes

Doutoranda em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, ECO-UFRJ. Membro do grupo de pesquisa PEIC, ligado à UFRJ e membro do grupo de pesquisa Comum, ligado à UFPI.

Contato: denisemariamoura@hotmail.com



O par reflexão teórica e ação política transformadora resume bem o conteúdo reunido em *Economia Política da Comunicação: Vanguardismo Nordestino*, coletânea de textos organizados por José Marque de Melo e Patrícia Bandeira de Melo, fruto da colaboração e articulação de pesquisadores atuantes em diversos estados brasileiros. O resgate dos textos seminais do campo e sua articulação com os pesquisadores contemporâneos oferecem um panorama dos estudos de EPC no Brasil que ajudam a acurar a visão sobre problemas pontuais da comunicação próprios do país sem perder, no entanto, a noção de totalidade.

As estratégias publicitárias, as contradições inerentes ao sistema comercial brasileiro de televisão, a industrialização da imprensa e seu papel na sociedade brasileira, a centralidade da cultura no processo de acumulação do capital, os processos de globalização e regionalização dentro do processo de territorialização do modo de produção capitalista, a subsunção dos meios de comunicação ao capital, a centralidade do homem no desenvolvimento de novas tecnologias e novos modos de vida, são alguns dos objetos da EPC tratados neste volume. Para além de uma discussão meramente teórica, os autores retomam as bases materiais e oferecem subsídios para a transformação da realidade, por vezes protagonizada, olhando em retrospecto, por aqueles que compartilharam conosco seus pensamentos na obra, como Costa Rego cujo trabalho na política e na comunicação serve de exemplo de mudança concreta no campo material da comunicação.

Merece destaque na obra a observação sagaz da centralidade do Nordeste na constituição e sedimentação do campo no Brasil. Contrariando o estigma imposto à região, os pesquisadores mostram a potencialidade dos pesquisadores filhos da terra e a oportunidade de desenvolvimento de um trabalho sólido e frutífero para aqueles que escolheram as universidades da região para a realização de suas pesquisas, caso, por exemplo, de César Bolaño, referência maior da EPC no Brasil.

Organização da obra

O livro é composto de 15 artigos que mesclam textos de autores fundadores do campo e pesquisadores contemporâneos, dando uma mostra do ontem e do hoje na EPC para suscitar novas incursões no amanhã. Seis tópicos fundamentais formam as bases da obra: EPC no Brasil, publicidade e propaganda, imprensa, cultura, globalização e regionalização, e centralidade do homem.

EPC no Brasil

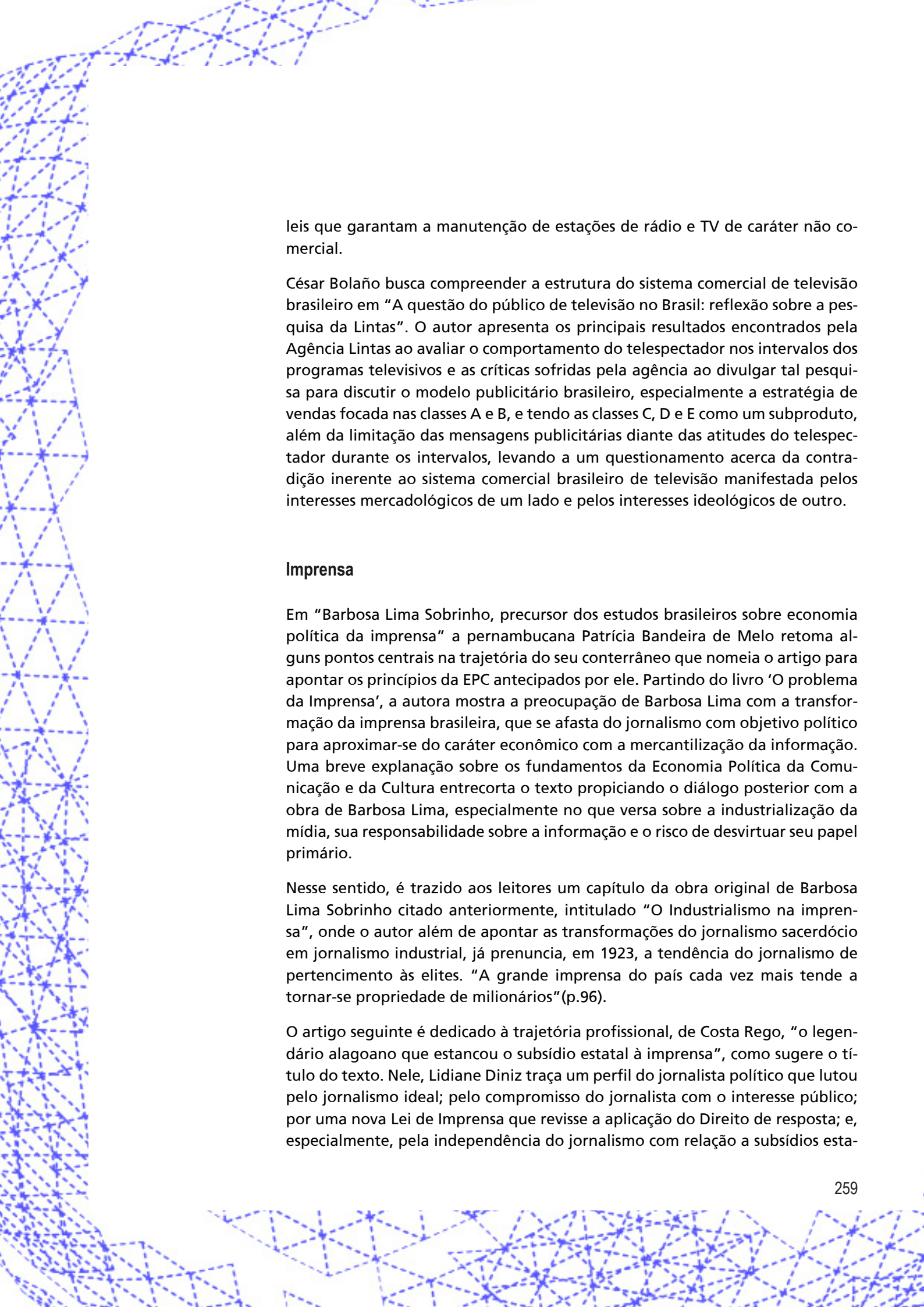
No primeiro artigo, intitulado “Vanguardismo nordestino na configuração brasileira dos estudos de Economia Política da Comunicação”, José Marques de Melo faz uma incursão aos primórdios do campo no Brasil, destacando a conformação dos aspectos econômicos e políticos da comunicação no âmbito acadêmico nacional, e o papel central ocupado por César Bolaño no fortalecimento dessa comunidade. Nesse ínterim, Marques de Melo destaca o vanguardismo nordestino na área, que teve como precursores Barbosa Lima Sobrinho e Costa Rego, pernambucano e alagoano respectivamente, e que segue adiante na liderança do paulista radicado em Sergipe, César Bolaño.

Valério Brittos e Jacqueline Dourado propõem uma discussão acerca dos objetos de estudo da Economia Política da Comunicação no Brasil, construindo a trajetória da área no país através dos trabalhos de Sérgio Caparelli, Othon Jambeiro e César Bolaño, no qual se detêm mais longamente. O elo entre os três autores citados aparece na atenção dirigida à televisão, especialmente ao processo de oligopolização da mídia e à função desempenhada pela cultura no capitalismo. “Avanços brasileiros da Economia Política da Comunicação: 25 anos de estudos, pesquisas e debates” traz também um panorama do crescimento institucional da área.

“Tendências e perspectivas da EPC no Brasil”, de Ruy Sardinha Lopes, destaca as contribuições dos pioneiros na área para, em seguida, vislumbrar os caminhos abertos para as próximas gerações, especialmente no que respeita à informação, cultura e comunicação no processo de acumulação capitalista, objeto caro à EPC. A força da matriz epistemológica da EPC fica evidente quando o autor chama a atenção para a conquista de espaços institucionalizados como a criação da ULEPICC, o trabalho da Revista Eptic na divulgação de pesquisas, os grupos de trabalho (GT’s) em congressos de importantes entidades e os diversos grupos de pesquisa sobre EPC nas universidades brasileiras.

Publicidade e Propaganda

O papel do anúncio na economia, sua relação com os consumidores e meios de comunicação e a difusão de valores, são os pontos abordados por Baran e Sweezy em “Comentários sobre o tema da propaganda”, um dos textos seminais da Economia Política na década de 60. Ao discorrer sobre o papel desempenhado pelo anúncio como instrumento da publicidade comercial, os autores apresentam argumentos de defensores e opositores para embasar seu posicionamento que vê no referido instrumento a função mediadora e conducente dentro da sociedade capitalista, necessitando, portanto, de medidas cautelares por parte do Estado, como a promulgação de leis que normatizem a prática, bem como



leis que garantam a manutenção de estações de rádio e TV de caráter não comercial.

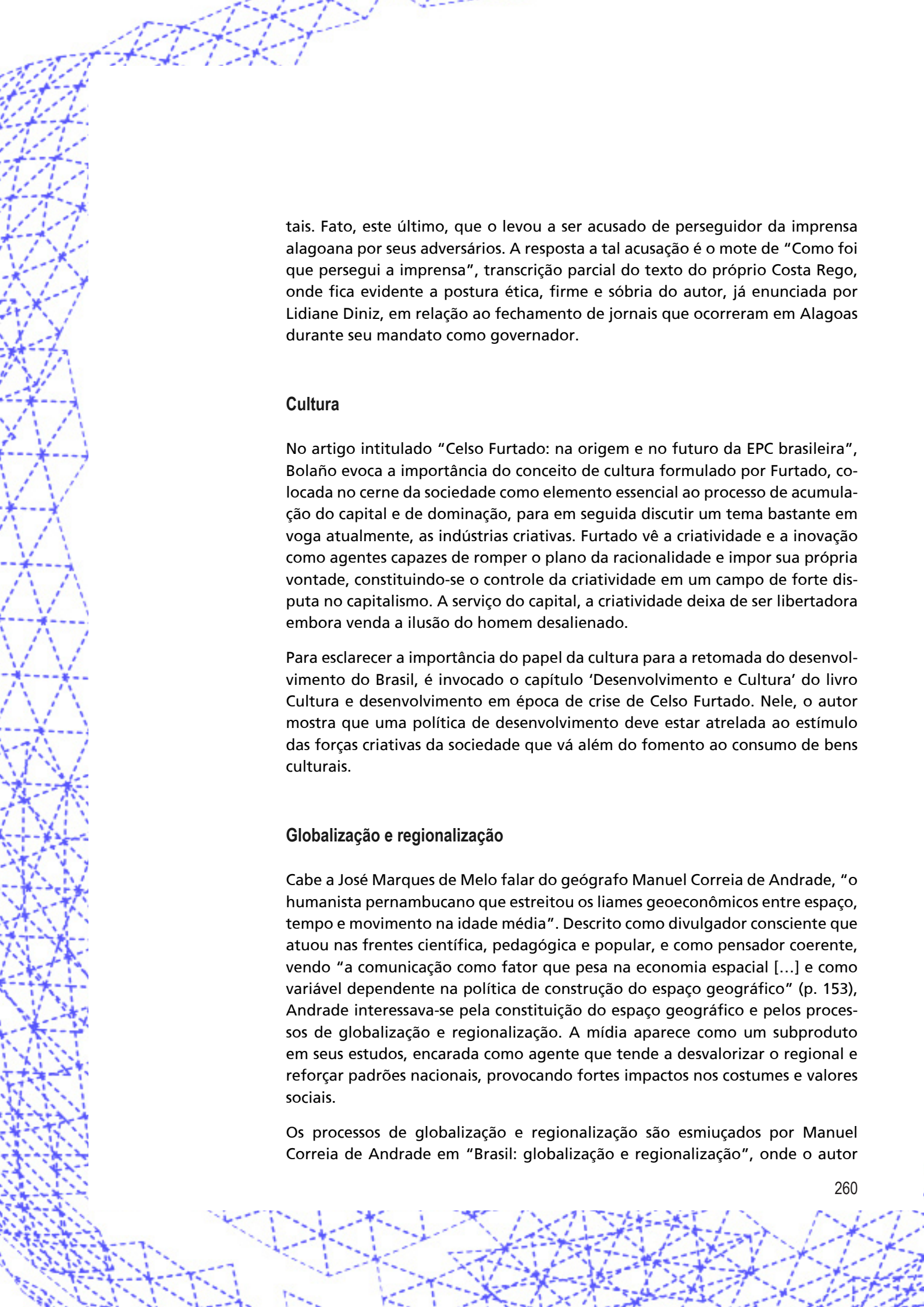
César Bolaño busca compreender a estrutura do sistema comercial de televisão brasileiro em “A questão do público de televisão no Brasil: reflexão sobre a pesquisa da Lintas”. O autor apresenta os principais resultados encontrados pela Agência Lintas ao avaliar o comportamento do telespectador nos intervalos dos programas televisivos e as críticas sofridas pela agência ao divulgar tal pesquisa para discutir o modelo publicitário brasileiro, especialmente a estratégia de vendas focada nas classes A e B, e tendo as classes C, D e E como um subproduto, além da limitação das mensagens publicitárias diante das atitudes do telespectador durante os intervalos, levando a um questionamento acerca da contradição inerente ao sistema comercial brasileiro de televisão manifestada pelos interesses mercadológicos de um lado e pelos interesses ideológicos de outro.

Imprensa

Em “Barbosa Lima Sobrinho, precursor dos estudos brasileiros sobre economia política da imprensa” a pernambucana Patrícia Bandeira de Melo retoma alguns pontos centrais na trajetória do seu conterrâneo que nomeia o artigo para apontar os princípios da EPC antecipados por ele. Partindo do livro ‘O problema da Imprensa’, a autora mostra a preocupação de Barbosa Lima com a transformação da imprensa brasileira, que se afasta do jornalismo com objetivo político para aproximar-se do caráter econômico com a mercantilização da informação. Uma breve explanação sobre os fundamentos da Economia Política da Comunicação e da Cultura entrecorta o texto propiciando o diálogo posterior com a obra de Barbosa Lima, especialmente no que versa sobre a industrialização da mídia, sua responsabilidade sobre a informação e o risco de desvirtuar seu papel primário.

Nesse sentido, é trazido aos leitores um capítulo da obra original de Barbosa Lima Sobrinho citado anteriormente, intitulado “O Industrialismo na imprensa”, onde o autor além de apontar as transformações do jornalismo sacerdócio em jornalismo industrial, já denuncia, em 1923, a tendência do jornalismo de pertencimento às elites. “A grande imprensa do país cada vez mais tende a tornar-se propriedade de milionários” (p.96).

O artigo seguinte é dedicado à trajetória profissional, de Costa Rego, “o legendário alagoano que estancou o subsídio estatal à imprensa”, como sugere o título do texto. Nele, Lidiane Diniz traça um perfil do jornalista político que lutou pelo jornalismo ideal; pelo compromisso do jornalista com o interesse público; por uma nova Lei de Imprensa que revisse a aplicação do Direito de resposta; e, especialmente, pela independência do jornalismo com relação a subsídios esta-



tais. Fato, este último, que o levou a ser acusado de perseguidor da imprensa alagoana por seus adversários. A resposta a tal acusação é o mote de “Como foi que persegui a imprensa”, transcrição parcial do texto do próprio Costa Rego, onde fica evidente a postura ética, firme e sóbria do autor, já enunciada por Lidiane Diniz, em relação ao fechamento de jornais que ocorreram em Alagoas durante seu mandato como governador.

Cultura

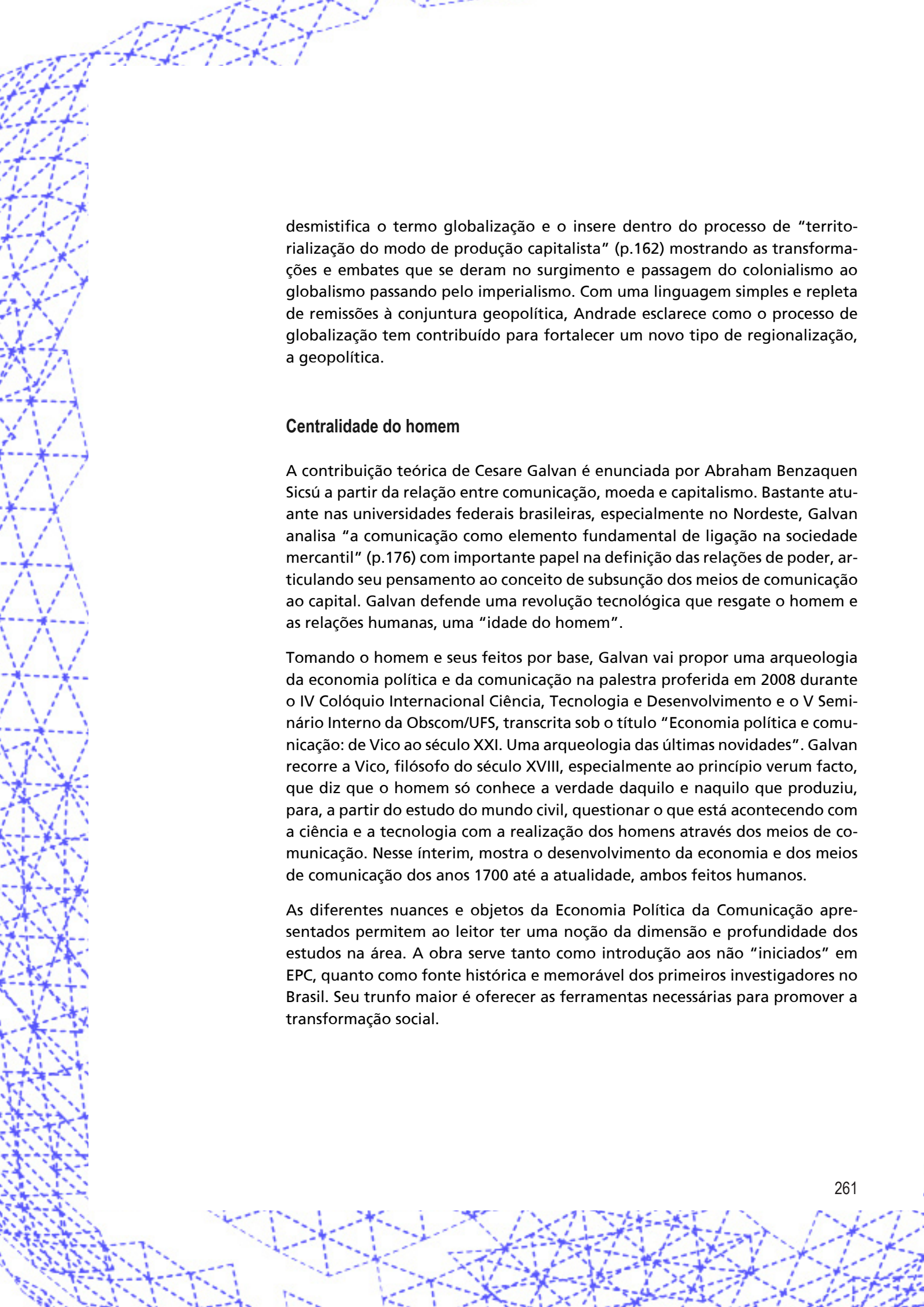
No artigo intitulado “Celso Furtado: na origem e no futuro da EPC brasileira”, Bolaño evoca a importância do conceito de cultura formulado por Furtado, colocada no cerne da sociedade como elemento essencial ao processo de acumulação do capital e de dominação, para em seguida discutir um tema bastante em voga atualmente, as indústrias criativas. Furtado vê a criatividade e a inovação como agentes capazes de romper o plano da racionalidade e impor sua própria vontade, constituindo-se o controle da criatividade em um campo de forte disputa no capitalismo. A serviço do capital, a criatividade deixa de ser libertadora embora venda a ilusão do homem desalienado.

Para esclarecer a importância do papel da cultura para a retomada do desenvolvimento do Brasil, é invocado o capítulo ‘Desenvolvimento e Cultura’ do livro *Cultura e desenvolvimento em época de crise* de Celso Furtado. Nele, o autor mostra que uma política de desenvolvimento deve estar atrelada ao estímulo das forças criativas da sociedade que vá além do fomento ao consumo de bens culturais.

Globalização e regionalização

Cabe a José Marques de Melo falar do geógrafo Manuel Correia de Andrade, “o humanista pernambucano que estreitou os liames geoeconômicos entre espaço, tempo e movimento na idade média”. Descrito como divulgador consciente que atuou nas frentes científica, pedagógica e popular, e como pensador coerente, vendo “a comunicação como fator que pesa na economia espacial [...] e como variável dependente na política de construção do espaço geográfico” (p. 153), Andrade interessava-se pela constituição do espaço geográfico e pelos processos de globalização e regionalização. A mídia aparece como um subproduto em seus estudos, encarada como agente que tende a desvalorizar o regional e reforçar padrões nacionais, provocando fortes impactos nos costumes e valores sociais.

Os processos de globalização e regionalização são esmiuçados por Manuel Correia de Andrade em “Brasil: globalização e regionalização”, onde o autor



desmistifica o termo globalização e o insere dentro do processo de “territorialização do modo de produção capitalista” (p.162) mostrando as transformações e embates que se deram no surgimento e passagem do colonialismo ao globalismo passando pelo imperialismo. Com uma linguagem simples e repleta de remissões à conjuntura geopolítica, Andrade esclarece como o processo de globalização tem contribuído para fortalecer um novo tipo de regionalização, a geopolítica.

Centralidade do homem

A contribuição teórica de Cesare Galvan é enunciada por Abraham Benzaquen Sicsú a partir da relação entre comunicação, moeda e capitalismo. Bastante atuante nas universidades federais brasileiras, especialmente no Nordeste, Galvan analisa “a comunicação como elemento fundamental de ligação na sociedade mercantil” (p.176) com importante papel na definição das relações de poder, articulando seu pensamento ao conceito de subsunção dos meios de comunicação ao capital. Galvan defende uma revolução tecnológica que resgate o homem e as relações humanas, uma “idade do homem”.

Tomando o homem e seus feitos por base, Galvan vai propor uma arqueologia da economia política e da comunicação na palestra proferida em 2008 durante o IV Colóquio Internacional Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento e o V Seminário Interno da Obscom/UFS, transcrita sob o título “Economia política e comunicação: de Vico ao século XXI. Uma arqueologia das últimas novidades”. Galvan recorre a Vico, filósofo do século XVIII, especialmente ao princípio *verum factum*, que diz que o homem só conhece a verdade daquilo e naquilo que produziu, para, a partir do estudo do mundo civil, questionar o que está acontecendo com a ciência e a tecnologia com a realização dos homens através dos meios de comunicação. Nesse ínterim, mostra o desenvolvimento da economia e dos meios de comunicação dos anos 1700 até a atualidade, ambos feitos humanos.

As diferentes nuances e objetos da Economia Política da Comunicação apresentados permitem ao leitor ter uma noção da dimensão e profundidade dos estudos na área. A obra serve tanto como introdução aos não “iniciados” em EPC, quanto como fonte histórica e memorável dos primeiros investigadores no Brasil. Seu trunfo maior é oferecer as ferramentas necessárias para promover a transformação social.