

Marxismo e comunicação: contribuições para revitalizar o pensamento crítico brasileiro

José Marques de Melo

Professor emérito da Universidade de São Paulo.

Diretor titular da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação.

E-mail: www.marquesdemelo.prof.br

Resumo: Qual a participação dos intelectuais e das instituições para o estudo da economia política da comunicação? Fundamentado em sua própria trajetória acadêmica, o autor delinea 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, teorias da comunicação, educação.

Abstract: What is the participation of intellectuals and institutions in the study of the political economy of communication? Based on his own academic trajectory, the author designs evident theoretical contributions, focusing on historical Marxist approaches, to best understand the trends in this interdiscipline of the communication science.

Keywords: Communication, political economy, marxism, communication theories, education.

Com a intenção de descortinar as raízes históricas da Economia Política da Comunicação – EPC, procuro demonstrar que tal iniciativa fora precedida por ensaios que remontam ao começo do século XX, alguns deles protagonizados por intelectuais nordestinos¹. 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.

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.

Entretanto, a segunda metade do século foi próspera em contribuições teóricas e metodológicas provenientes das ciências da sociedade. Tanto a sociologia

Recebido: 09.02.2011

Aprovado: 08.04.2011

1. MARQUES DE MELO, José. *Os caminhos cruzados da comunicação: política, economia e cultura*. São Paulo: Paulus, 2010. p. 65-82.

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 América².

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.

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.

AS IDEIAS

Filósofo alemão, nascido em 1818, Karl Marx tem ascendência judaica, mas escapou aos rigores da doutrinação habitual nas famílias israelitas. Graduado em Direito, sua formação acadêmica foi realizada na Universidade de Berlim, numa época em que o hegelianismo se convertera em filosofia oficial.

Sem refluir à corrente dominante, que proclamava a racionalidade do Estado moderno como ideal civilizatório, Marx alinha-se à esquerda hegeliana, defendendo a transformação do próprio Estado para melhor servir o bem comum. Ele entende que a crítica de Hegel não ultrapassa o plano abstrato do discurso, reivindicando ação concreta, capaz de fortalecer a luta contra a opressão dos povos modernos, no sentido de emancipar a humanidade e livrá-la de todas as formas de alienação.

Sua meta era fazer carreira universitária, mas logo se desilude dessa pretensão, trabalhando como articulista na imprensa regional, onde defende ideias contra-hegemônicas, inclusive combatendo a censura à imprensa. Mas a escalada da censura prussiana motiva o exílio da vanguarda hegeliana de esquerda em Paris, projetando lançar uma revista política, denominada *Anais Franco-Alemães*.

Convidado a coeditar essa revista, Karl Marx migra para a França, onde se encontra com Friedrich Engels, com o qual estabelece uma duradoura parceria intelectual. Dela resulta a publicação do *Manifesto comunista*, símbolo de uma profícua obra filosófica que seduziria discípulos em todo o mundo. Aí está a matriz da corrente de pensamento rotulada como Marxismo, abarcando exegeses as mais singulares que refletem o interesse suscitado pelas ideias seminais dos seus fundadores, no tempo e no espaço.

2. Id. História do pensamento comunicacional. São Paulo: Paulus, 2003.

O *Dicionário de Política* de Norberto Bobbio define o Marxismo da seguinte forma:

Entende-se por Marxismo o conjunto das ideias, dos conceitos, das teses, das teorias, das propostas de metodologia científica e da estratégia política e, em geral, a concepção do mundo, da vida social e política, consideradas como um corpo homogêneo de proposições até constituir uma verdadeira e autêntica doutrina, que se podem deduzir das obras de Karl Marx e de Friedrich Engels³.

AS FONTES

Para situar o Marxismo no contexto brasileiro, temos hoje um acervo de fontes genuínas, disponível aos estudiosos da comunicação. Vale a pena tomar como ponto de referência o livro de Leandro Konder, *Marx, vida e obra* (7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Coleção Vida e Obra), e a antologia selecionada por José Arthur Gianotti, *Discurso sobre o espírito positivo e a primeira lição do Curso de filosofia positiva* (São Paulo: Abril Cultural, 1974. Coleção Os pensadores). A inserção do Marxismo no panorama do pensamento brasileiro está dimensionada historicamente na obra mais abrangente de Cruz Costa, *Contribuição à história das ideias no Brasil* (Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1967), e no ensaio específico de Vamireh Chacon, *História das ideias socialistas no Brasil* (Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981).

Para um contato preliminar dos jovens ainda não familiarizados com essa fortuna crítica, são recomendáveis duas fontes complementares: a seletiva coletânea sociológica organizada por Octavio Ianni, *Marx* (São Paulo: Ática, 1979), e a alentada antologia histórica preparada por Florestan Fernandes, *Marx, Engels* (São Paulo: Ática, 1983).

Como o Marxismo assumiu fisionomia multifacetada, torna-se indispensável, para o seu conhecimento, percorrer a trajetória dos dois segmentos mais representativos: o histórico (soviético) e o ocidental (europeu). O primeiro está documentado nos livros compilados por Nelson Werneck Sodré: *Fundamentos do materialismo histórico* e *Fundamentos do materialismo dialético*, ambos publicados no Rio de Janeiro, em 1968, pela editora Civilização Brasileira. O segundo segmento foi resgatado por José Guilherme Merquior em texto instigante, escrito originalmente para leitores ingleses (1985) e traduzido para o português, sendo editado pela Nova Fronteira (*O marxismo ocidental*. Rio de Janeiro, 1987).

O diálogo de pensadores brasileiros com os exegetas contemporâneos de Marx demonstra pluralidade, oferecendo pistas surpreendentes, como, por exemplo, a contenda anotada por Caio Prado Júnior em *O estruturalismo de Levi-Strauss e o Marxismo de Louis Althusser* (São Paulo, Brasiliense, 1971) – e os devaneios sugeridos por Roberto Romano em *Corpo e cristal: Marx romântico* (Rio de Janeiro, Editora Guanabara, 1985).

Após a ruína do socialismo real, tem sido recorrente a proclamação da morte do Marxismo. Afinal de contas, por que tem sentido continuar debatendo o legado de Marx e Engels?, perguntaram Konder, Cerqueira Filho e

3. BOBBIO, Norberto. *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, v. 2. p. 738.

Figueiredo. As respostas dos que aceitaram intervir nesse debate foram reunidas no volume *Por que Marx?* (Rio de Janeiro, Graal, 1983). Entretanto, a mais erudita contribuição a essa polêmica adveio de J. A. Gianotti em *Certa herança marxista* (São Paulo, Companhia das Letras, 2000). Trata-se de fonte essencial para quem pretende aprofundar o conhecimento do Marxismo no século XXI.

A DIFUSÃO

Karl Marx esboçou suas ideias sobre o Estado, a propriedade e as classes sociais em 1843, mas só as tornou públicas em 1859, quando circulou seu prefácio “Para uma crítica da economia política”, em que relata toda a sua trajetória intelectual, explicitando sua crítica ao pensamento de Hegel. Pois bem, não demorou muito para que essas teses chegassem ao Brasil.

Quem teve o mérito de conhecê-las e difundi-las foi Tobias Barreto, que já em 1871 fazia referência aos estudos de autoria do filósofo alemão. Contudo, somente em 1877, em seu *Discurso em mangas de camisa*, proferido na fundação do Clube Popular de Escada, o filósofo sergipano explica o conceito de *luta de classes*, enunciado por Marx na reflexão dedicada à *miséria da filosofia*⁴.

Em sua memória da saga protagonizada por *Anarquistas e comunistas no Brasil*, o historiador John Foster Dulles Jr. contextualiza a repercussão desse pioneirismo.

Quase ninguém discute que o primeiro artigo publicado sobre o marxismo estampado na imprensa brasileira apareceu em 1871, na cidade do Recife, famosa por sua importante Faculdade de Direito e pela longa tradição de estreitos laços com a Europa.

(...) Em 1883, Tobias Barreto, catedrático da Faculdade de Direito do Recife, interessado sempre nas ideias propagadas na Alemanha, fez um discurso – de colação de grau – que se costuma citar como a primeira oportunidade em que um brasileiro se referiu a Karl Marx e sua obra *O Capital*. Quatro anos mais tarde, escrevendo em Estudos Alemães, Barreto declarava ser Marx o mais ousado pensador do século XIX, no domínio da ciência econômica⁵.

O itinerário das ideias marxistas no Brasil foi reconstituído minuciosamente por Vamireh Chacon, em sua clássica *História das ideias socialistas no Brasil* (Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1965, pp. 265-293; 1981, 2. ed. aumentada e revisada).

Esses *primeiros ecos do marxismo* correspondem na teoria da comunicação científica àquela etapa da *disseminação*, o que significa que ficaram restritas à elite culta. Somente em 1902, quando circulou a versão definitiva do manifesto socialista que mobilizou o movimento proletário em nosso país, seus autores vão parafrasear Marx e Engels, terminando com: *Proletários de todo o Brasil, uni-vos!*

Começa justamente aí a nova etapa brasileira da difusão do marxismo, ou seja, a sua *divulgação*. Coube ao também sergipano Silvério Fontes, médico radicado em Santos (SP), a iniciativa de popularizar em território nacional o ideário de Marx, Engels e seus continuadores.

Quem leva a cabo essa missão é o farmacêutico alagoano Octavio Brandão, fundador do Partido Comunista do Brasil, em 1922. Ele publica, em 1923, o

4. MARX, Karl. *Miséria da Filosofia*. Icone Editora, 2004.

5. DULLES, John Foster Jr. *Anarquistas e comunistas no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977. p. 21-22.

Manifesto Comunista e logo depois sintetiza os postulados do marxismo em seu livro *Agrarismo e Industrialismo* (1926). Mas a tarefa de maior envergadura seria realizada pela imprensa proletária, capitaneada pelo partido liderado por Astrogildo Pereira. Sua pujança e suas fragilidades merecem o seguinte comentário de Fosterr Dulles Junior na fonte já citada:

Para auxiliar a convencer os trabalhadores, existia a imprensa proletária – uma enorme quantidade de periódicos (...) Eram particularmente numerosos no Rio de Janeiro e em São Paulo, as duas cidades a apresentarem maior índice de desenvolvimento industrial no país⁶.

A TEORIZAÇÃO

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* (6. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 1978) 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: Global, 1982), 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.

No entanto, 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* (Edipucrs, 2003), documentando-os de modo amplo no livro *História política das Ciências da Comunicação* (Mauad, 2008).

De qualquer maneira, para os interessados em avançar no tratamento que os marxismos vêm dando ao processo comunicacional, não existe melhor fonte de referência que o inventário feito por Armand Mattelart e Seth Siegelau – *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.

6. Ibid., p. 23.

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 o *pensamento crítico* (Miége, 2000) vem incorporando pouco a pouco, é a *Antologia 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 Círcia Peruzzo.

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

A INICIAÇÃO

Quem me introduziu ao marxismo foi o intelectual 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 da primeira metade do século XX. Sua ausência involuntária estimulava os jovens de então, criando um fascínio e um interesse inusitado pelas suas ideias progressistas.

Nosso primeiro contato se deu através do seu livro mítico *Canais e lagoas*, publicado em 1919⁷, 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 alma.

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.

7. BRANDÃO, Octávio. *Canais e lagoas*. 3. ed. Maceió/AL, 2001. 186 p. (Coleção Nordeste.)

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.

Senti-me 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.

O APRENDIZADO

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.

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 as suas aulas, mas comprei e li seu manual de economia política (1961)⁸, 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.

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 ideias de Gramsci e Adorno, então praticamente desconhecidas no Brasil.

Quando me iniciava na pesquisa em comunicação, Vamireh me apresentou a dois economistas situados no universo marxista – Paul Baran e Paulo Sweezy –, motivando-me para traduzir o clássico ensaio *Comentários sobre o tema da propaganda*, acolhido por Luiz Beltrão e publicado na revista *Comunicações & Problemas* (1968, pp. 67-76).

Nesse período, influenciado pelos economistas da Sudene⁹ e da Cepal¹⁰, defrontei-me com as teorias da dependência, que ofereceram bom pretexto ao estudo da comunicação no contexto socioeconômico, hoje reconhecido como *pensamento crítico*, para a constituição do qual a Intercom teve papel decisivo no Brasil.

8. ACADEMIA DE CIÊNCIAS DA URSS. *Instituto de economia*. Manual de economia política. Trad. de Jacob Gorender e Josue de Almeida. Instituto de Economia: Vitória, 1961, 656 p.

9. SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste. Foi criada pela Lei n. 3.692, de 15 de dezembro de 1959, uma forma de intervenção do Estado no Nordeste, com o objetivo de promover e coordenar o desenvolvimento da região. Era uma autarquia subordinada diretamente à presidência da República, e sua secretaria executiva coube ao economista Celso Furtado, de 1959 a 1964. A partir de 1964, a Sudene foi incorporada ao novo Ministério do Interior, e sua autonomia, seus recursos e objetivos foram enfraquecidos e deturpados. Foi fechada em maio de 2001, a partir de denúncias de que estava favorecendo clientelas. (N.E.) Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Economia/Sudene>>.

10. A Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) foi criada em 25 de fevereiro de 1948, pelo Conselho Econômico e Social das Nações Unidas (ECOSOC), e tem sede em Santiago, Chile. A CEPAL é uma das cinco comissões econômicas regionais das Nações Unidas (ONU). (N.E.) Disponível em: <<http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/brasil/noticias/paginas/2/5562/p5562.xml&xsl=/brasil/tpl/p18f.xsl&base=/brasil/tpl/top-bottom.xsl>>.

A CONJUNTURA

O período posterior à Revolução Cubana (1959) foi marcado pela circulação das ideias 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* (1977, Vozes), posteriormente aprofundadas na obra *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação* (1977, Vozes) 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).

Entretanto, 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”¹¹, precedente ao já citado artigo sobre o “enfoque neo-schumpeteriano”¹².

Na sequência, a revista da Intercom abriu suas páginas para divulgar as ideias do seu parceiro intelectual Alain Hercovici – *Televisão brasileira e realidade inacabada*¹³, bem como o estudo conjunto destinado a comparar os “agentes comunicacionais da Europa ocidental e da América do Sul”¹⁴.

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 escrito por Bolaño, em 2008¹⁵, no qual procura explicitar uma *taxonomia das indústrias culturais*. Situando historicamente os *países 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*, “para considerar a situação atual, de convergência tecnológica e organização em rede da produção, distribuição, troca e consumo de bens culturais e de comunicação”¹⁶.

AS MATRIZES

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

11. BOLAÑO, C. R. S. A questão da publicidade de televisão no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano X, n. 56, p. 52-68, 1987.

12. BOLAÑO, C. R. S. O enfoque neo-schumpeteriano da concorrência e o mercado da televisão. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano XIV, n. 65, p. 38-48, 1991.

13. HERSCOVICI, Alain. Televisão brasileira: a realidade inacabada. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, ano XV, n. 2, p. 46-55, 1992.

14. BOLAÑO, C. R. S.; HERSCOVICI, Alain. 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, p. 112-119, 1993.

15. BOLAÑO, C. R. S. *Taxonomia das indústrias culturais: notas sobre a gênese e a história da economia política da comunicação e da cultura*, 2008. (Inédito.)

16. BOLAÑO, C. R. S. (Org.); HERSCOVICI, A.; CASTANEDA, M. V. N. G.; VASCONCELOS, D. S. *Economia política da internet*. 1. ed. Aracaju/SE: Editora UFS, 2007. v. 01, 251 p.

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 1970-1980, mas que só iriam motivar pesquisas avançadas na década de 1990, 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*¹⁷ – traduzido e publicado na revista *Comunicações & Problemas*. Essas teses seriam retomadas mais tarde e discutidas, na essência, por César Bolaño, em artigo sobre “A questão da publicidade de televisão no Brasil”¹⁸.

O campo só germina com a matriz marxista, quando em 1976 aparece no mercado o livro de Herbert Schiller – *O império norte-americano das comunicações*¹⁹, em que o autor deu sequência às ideias esboçadas por Dallas Smythe, com quem conviveu durante breve período na Universidade de Illinois, nos anos 1960. Tanto assim que o canadense foi convidado a prefaciar essa obra de estreia 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 Halliday²⁰.

Marco mais abrangente seria fincado por Armand Mattelart, depois da profícua jornada latino-americana²¹. 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 contrainformação*.

AS MEDIAÇÕES

César Bolaño²² tem sido um dos interlocutores mais lúcidos desses autores. Jornalista que buscou complementar sua formação acadêmica no âmbito da economia, foi guiado pela experiência de Liana Aureliano, que 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, no qual a teoria da comunicação e a economia política se entrecruzam dinamicamente.

17. BARAN, Paul; SWE-EZY, Paul. Comentários sobre o tema da propaganda. *Comunicações & Problemas*, v. 111, n. 2/3. p. 67-76, 1968.

18. BOLAÑO, 1987, op. cit.

19. SCHILLER, Herbert. *O império norte-americano das comunicações*. Petrópolis/RJ: Vozes, 1976.

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

21. Armand Mattelart começou a despontar no cenário internacional no início de 1970, 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 Pato Donald*. Comunicação de massa e colonialismo (Trad. de Álvaro Moyá. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010.) – 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.

22. 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.

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* (1988)²³, esse trabalho dá sequência ao debate iniciado na revista da Intercom²⁴, 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 doutoral, em livro intitulado *Indústria cultural, informação e capitalismo*²⁵, 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 microcomunidade acadêmica se explica pela adoção de duas estratégias institucionais: 1) a publicação de uma revista eletrônica, em que 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).

A 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, esclarecendo 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

23. BOLAÑO, C. R. S. *Mercado brasileiro de televisão*. 2. ed. Rev. e amp. Aracaju/ São Paulo: Editora UFS/EDUC, 2004. 289 p.

24. Editor da Revista Brasileira de Comunicação em meados de 1980, Bolaño ascende academicamente na Intercom, associação em que veio a ocupar o cargo de vice-presidente.

25. BOLAÑO, C. R. S. *Indústria cultural: informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

à exegese da mídia alternativa, passando pela ciência da informação e pelas tecnologias da comunicação, até chegar à educomunicação e ao direito de propriedade intelectual.

Como estímulo a esse colóquio, César propõe o resgate das ideias esboçadas por Raymond Williams no primeiro capítulo de *Marxismo e literatura*²⁶, 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 (1928)²⁷, *Crítica Impura*, do brasileiro Astrojildo Pereira (1963)²⁸, ou *Os intelectuais progressistas*, do também brasileiro Octavio Brandão (1956)²⁹.

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. Trad. de Jacob Gorender e Josue de Almeida. **Instituto de economia**. Manual de economia política. Instituto de Economia: Vitória, 1961, 656 pp.

BARAN, Paul; SWEEZY, Paul. Comentários sobre o tema da propaganda. **Comunicações & Problemas**, v. III, n. 2/3. Recife, ICINFORM, 1968.

BASBAUM, Leôncio. **História e consciência social**. São Paulo: Global, 1982.

BOBBIO, Norberto. **Dicionário de Política**. v. 2. Brasília: UnB, 2008.

BOLAÑO, C. R. S. A questão da publicidade de televisão no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, ano X, n. 56. São Paulo, Intercom, 1987.

_____. O enfoque neo-schumpeteriano da concorrência e o mercado da televisão. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, ano XIV, n. 65. São Paulo, Intercom, 1991.

_____; HERSCOVICI, Alain. 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, 1993.

_____. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

_____. **Mercado brasileiro de televisão**. 2. ed. rev. e amp. Aracaju/ São Paulo: Editora UFS - EDUC, 2004. 289 pp.

26. WILLIAMS, Raymond. **Marxism and Literature**. Marxist Introductions Series. London and New York: Oxford University Press, 1977. (Edição brasileira: WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

27. MARIATEGUI, José Carlos. **7 ensaios de interpretação da realidade peruana**. Trad. Salvador Obiol de Freitas e Caetano Lagrasta. São Paulo: Alfa-Omega, 1975.

28. PEREIRA, Astrojildo. **Crítica impura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1963.

29. BRANDÃO, Octavio. **Os intelectuais progressistas**. Rio de Janeiro: Simões, 1956.

- BOLAÑO, C. R. S.; HERSCOVI, A.; CASTANEDA, M. V. N. G.; VASCONCELOS, D. S. **Economia política da internet**. Aracaju/SE: Editora UFS, 2007. v. 1, 251 p.
- _____. **Taxonomia das indústrias culturais**: notas sobre a gênese e a história da Economia Política da Comunicação e da Cultura, 2008 (inédito).
- BRANDÃO, Octavio. *Os intelectuais progressistas*. Rio de Janeiro: Simões, 1956.
- _____. **Canais e lagoas**. 3. ed. Maceió/AL, 2001, 186 p. (Coleção Nordestina.)
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para ler o Pato Donald**: comunicação de massa e colonialismo. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010.
- DULLES, John Foster Jr. **Anarquistas e comunistas no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.
- HERSCOVICI, Alain. Televisão brasileira: a realidade inacabada. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, ano XV, n. 2, São Paulo: Intercom, 1992.
- MARIATEGUI, José Carlos. **7 ensaios de interpretação da realidade peruana**. Trad. Salvador Obiol de Freitas e Caetano Lagrasta. São Paulo: Alfa-Omega, 1975.
- MARQUES DE MELO, José. **Comunicação social**: teoria e pesquisa. 6. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 1978.
- _____. **História do pensamento comunicacional**. São Paulo: Paulus, 2003.
- _____. **Os caminhos cruzados da comunicação**: política, economia e cultura. São Paulo: Paulus, 2010.
- MARX, Karl. **Miséria da filosofia**. Icone Editora, 2004.
- PEREIRA, Astrojildo. **Crítica impura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1963.
- SCHILLER, Herbert. **O império norte-americano das comunicações**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1976.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxism and Literature. Marxist Introductions Series**. London and New York: Oxford University Press, 1977. (Edição brasileira: **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.)

ENDEREÇOS ELETRÔNICOS

MARIATEGUI, José Carlos. **7 ensaios de interpretação da realidade peruana**. Trad. Salvador Obiol de Freitas e Caetano Lagrasta. São Paulo: Alfa-Omega, 1975. Disponível em: <http://www.iphi.org.br/sites/filosofia_brasil/Jos%C3%A9_Carlos_Mari%C3%A1tegui_-_7_Ensayos_de_interpretaci%C3%B3n_de_la_realidad_peruana.pdf>.

CEPAL. Disponível em: <<http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/brasil/noticias/paginas/2/5562/p5562.xml&xsl=/brasil/tpl/p18f.xsl&base=/brasil/tpl/top-bottom.xsl>>.