



Leituras sobre Gramsci e a Comunicação

economia, cultura, política e as transformações no espectro midiático

Larissa Leda Fonseca Rocha
Doutora em Comunicação Social (PUCRS)
Universidade Federal do Maranhão - larissaleda@gmail.com - Coordenadora;

Ed Wilson Ferreira Araújo
Doutor em Comunicação Social (PUCRS)
Universidade Federal do Maranhão - blogdoedwilson@gmail.com

Melissa Silva Moreira Rabelo
Doutora em Políticas Públicas (UFMA)
Universidade Federal do Maranhão - melissamoreira@yahoo.com

Letícia Conceição Martins Cardoso
Doutora em Comunicação Social (PUCRS)
Universidade Federal do Maranhão - leticiaufma@gmail.com

EMENTA

A obra de A. Gramsci permite recortar conceitos essenciais ao diálogo com as Teorias da Comunicação, em especial as suas formulações sobre cultura, sociedade civil, hegemonia e o papel dos intelectuais. Propõe-se abordar subsídios do pensamento gramsciano absorvidos e ressignificados nas aproximações com a Economia Política da Comunicação. Analisa-se constituição e articulação do complexo industrial e tecnológico dos meios de comunicação nas dimensões econômica, política e social, evidenciando as relações entre infra-estrutura e super-estrutura. Na perspectiva de superação do monopólio, observam-se as potencialidades e os limites para a construção de meios alternativos inseridos na perspectiva de uma nova hegemonia que toma a comunicação como estratégia de emancipação das classes subalternas no contexto na luta de classes.



A AMBIVALÊNCIA DA TELENOVELA

a oscilação entre a dureza da hegemonia e os “mal ajustes” da decodificação

Larissa Leda Fonseca Rocha, doutora em Comunicação (PUCRS), professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA.

Resumo

Considerada o maior produto da Indústria Cultural brasileira a telenovela é uma ferramenta de fundamental importância para a compreensão da relação entre a lógica mercantil dos meios de comunicação de massa e práticas culturais e populares. Passam pela telenovela reforços inegáveis do pensamento hegemônico, mas algo a mais transita por lá, um modo de leitura e apropriação popular que a usa como veículo de novas práticas simbólicas e atribuição de sentido que permeiam as relações de poder - sempre tencionadas - entre dominadores e dominados.

Palavras-Chaves: telenovela; hegemonia; codificação/decodificação.

Abstract

Considered the greatest product of the Brazilian Cultural Industry the telenovela is a fundamental mechanism to understanding the relationship between the market logic of the mass media and cultural and popular practices. The telenovela have undeniable hegemonic reinforcements that are use as a vehicle for new symbolic practices and attribution of meaning that permeate the relations of power - always intended - between dominators and dominated

Key-words: telenovela; hegemony; encoding/decoding.

1 INTRODUÇÃO

Uma rápida observação do *prime time*¹ da maior emissora de televisão do Brasil e mesmo uma das maiores do mundo, a TV Globo², nos permite perceber a fundamental importância econômica e industrial da produção de telenovelas³ para o esquema de funcionamento da indústria cultural nacional. Acompanhar o desenvolvimento da história da televisão e da novela só deixa evidente o lugar privilegiado que o gênero narrativo ocupa na organização do fluxo televisivo e da estruturação do negócio do audiovisual. Perceber sua

¹ O *prime time* é o horário nobre da TV comercial, o de maior audiência e cujo intervalo comercial é mais caro. Atualmente, é considerado o intervalo das 19h às 22h.

² Junto com outras oito empresas a TV Globo compõe o Grupo Globo. São elas: Globo Sat; Infoglobo, Editora Globo, Som Livre, Sistema Globo de Rádio, Zap e Globo.com. A TV Globo possui cinco emissoras próprias e 119 afiliadas. A programação é distribuída em 190 países. Dados disponíveis em: <<http://grupoglobo.globo.com/index.php>>.

³ Usamos neste trabalho, as grafias telenovela e novela indistintamente para nos referirmos ao mesmo produto: narrativa de ficção seriada brasileira, apresentada em horários pré-determinados, em uma média de 200 capítulos que são encadeados em uma única longa narrativa.





importância na indústria da cultura, no entanto, não deixa claro o lugar e a função da narrativa seriada no contexto da urbanização e modernização brasileiras, nem mesmo ajuda da compreender o lugar que a novela ocupa na construção das identidades, na negociação dos sentidos e nas disputas de poder que perpassam a relação da mídia com as pessoas. De já que isto fique claro: há algo além das lógicas econômicas, políticas e de posicionamento hegemônico que atravessa o consumo das novelas, consumo este feito no tempo da vida vivida, nas práticas mais rotineiras, tanto individuais quanto compartilhadas, de consumo.

2 A LUGAR DA TELENOVELA: ENTRE A LÓGICA MERCANTIL E AS PRÁTICAS CULTURAIS E POPULARES

A produção de ficção seriada na TV brasileira é um negócio rentável. Segundo dados do Obitel de 2015 (LOPES; GÓMEZ, 2016), desde 2009 a exibição de ficção no *prime time* é 100% nacional. A Globo detém 80% da produção e exibição inédita nacional e foi a única emissora que sozinha, ultrapassou em média geral de audiência o conjunto de toda a TV paga. A história da TV e a sedimentação da indústria cultural brasileira confirmam a supremacia da Globo desde sua inauguração (26 de abril de 1965), ainda que hoje haja uma certa perda de audiência, mas aí não apenas da emissora, mas do sistema televisivo de modo geral e uma perda que responde a motivos que estão na tela, mas também fora dela, a partir de novas práticas de audiência, novos modos de consumo e mesmo de produção⁴. Investimentos publicitários, no entanto, seguem na ordem de mais de 130 bilhões de reais com a TV aberta concentrando 58,2% daqueles destinados a todo o setor de comunicação. Há, na distribuição do entretenimento produzido, uma hegemonia absoluta do formato seriado (54,9%) e quase 77% de toda a novela produzida está no *prime time*. Dos dez títulos mais vistos do ano, todos são da Globo e sete deles são novelas.

Mas o que os números não mostram ou não deixam claro é, como dissemos, o lugar e função do produto na construção de uma ideia de nação, de pertencimento e de modernização. “A ficção televisiva não deve ser entendida como uma história específica, uma particular produção de gêneros na televisão, mas antes o inteiro *corpus* e fluxo das narrativas por onde assume a função de preservar, construir e reconstruir um ‘senso comum’ da vida cotidiana” (LOPES, MUNGIOLI, 2011, p. 251). Lopes (2009) afirma que é importante entender a telenovela como *recurso comunicativo* e como *narrativa da nação*. A novela é um *recurso comunicativo* quando em sua narrativa se desenvolvem ações pedagógicas implícitas e deliberadas, ou seja, “é reconhecer a telenovela como componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos na sociedade” (LOPES, 2009, p. 32). A novela constitui um recurso comunicativo,

⁴ Nos ocupamos desse tema em trabalhos anteriores. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2335-1.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2017.

pois junta sua matriz melodramática ao tratamento naturalista de temas de importância social e acaba por dar visibilidade e legitimidade a determinados assuntos, comportamentos, ações, modos de ver e interpretar e não a outros.

Sendo o principal produto do audiovisual nacional, a novela tem a capacidade de se colocar como um amplo espaço de problematização do Brasil, tanto no que se refere à privacidade dos lares e à vida experimentada, quanto ao que diz respeito aos problemas sociais e à vida contada, aí, então, funciona como *narrativa da nação*, na qual os brasileiros se reconhecem e identificam. A novela pode ser considerada como um dos fenômenos que melhor representa a modernidade brasileira, “por combinar arcaico com moderno, por fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter sua história fortemente marcada pela dialética nacionalidade-mediatização” (LOPES, 2009, p. 22). A novela tem o poder de “se expressar como nação imaginada” (LOPES, 2009, p.31) que mesmo sujeita à imensa variabilidade de interpretações mantém sua verossimilhança, legitimidade e credibilidade.

Martín-Barbero e Rey (2001, p. 120) afirmam que no Brasil desenvolveu-se um modo próprio de ficção seriada - diferente do resto da América Latina - o que chamam de *modelo moderno*, cujo marco inicial é a novela *Beto Rockefeller* (TV Tupi, 1968). Este modelo é caracterizado pela presença da matriz melodramática que incorpora um realismo que permite a “cotidianização da narrativa”, ou seja, dramas amorosos e familiares são trabalhados juntos à questões fundamentais para compreensão da modernidade nacional. Daí a novela brasileira encontrar espaço para tratar temas como coronelismo político junto ao drama amoroso da heroína, o que não acontece com os outros modelos de novela latina, restritas ao dramalhão melodramático. Além disso, é razoável considerar que a TV, no Brasil e na América Latina, possui um caráter diferenciado daquela encontrada nos Estados Unidos e Europa.

Apesar de nascida pelas mãos da iniciativa privada, a televisão no Brasil sempre esteve ligada às estruturas governamentais, seja o aparato tecnológico fornecido pelo Estado, seja a exigência de um ideário pedagógico dos meios (MUNGIOLI, 2008, p. 2). A ideia da Ditadura Militar, durante a qual se desenvolveu e consolidou uma indústria cultural televisiva no país, era integrar o Brasil por meio da TV e o resultado, é que “desde sua fundação a televisão incorpora às suas atribuições o papel de mantenedora do laço social que une a nação brasileira” (MUNGIOLI, 2008, p. 3). E o modo que o Brasil como nação - um país de iletrados com forte cultura oral - encontrou para definir sua fisionomia foi principalmente pelas imagens vistas pelas telas da televisão, que falam de nós e para nós e onde nós poderíamos nos ver, como em um movimento especular. O laço é fundamental, faz com que nos sintamos uma só nação, um só povo e como nos lembra Martín-Barbero e Rey (2001, p. 114):

a televisão constitui um âmbito decisivo do reconhecimento sociocultural, do desfazer-se e do refazer-se das identidades coletivas, tanto as dos povos como as de grupos. A melhor demonstração desses cruzamentos entre memórias e formato, entre lógicas de globalização e dinâmicas culturais, é constituída, sem dúvida pela



telenovela: essa narrativa televisiva, que representa o maior sucesso de audiência, dentro e fora da América Latina, de um gênero que catalisa o desenvolvimento da indústria audiovisual latino-americana, justamente ao mesclar os avanços tecnológicos da mídia com as velharias e anacronismos narrativos, que fazem parte da vida cultural desses povos.

Mas é também Martín-Barbero e Rey (2001, p. 115) que nos falam que se dar conta deste papel da telenovela no cotidiano do povo latino não pode nos impedir de ver que a longa experiência do mercado para captar, na repetitividade da serialização das narrativas, as dimensões da vida vivida de todos os dias, também deixa ao mercado a arte de saber contar histórias e saber “conectar com as novas sensibilidades populares para revitalizar narrativas midiáticas gastas”. Para Martín-Barbero e Rey (2001, p. 36) os fluxos televisivos audiovisuais remetem, acima da experiência estética, aos “novos modos de se estar juntos”, aos novos formatos de sociabilidade que se desenham em meio ao caos e violência urbanos e que ao mesmo tempo em que torna opaco o sujeito em um anonimato doloroso introduz uma continuidade nova: a das redes e dos conectados. Trata-se da renovação dos públicos, da emergência de novas sensibilidades e de modos de consumo, tanto da mídia, em geral, quanto das narrativas televisuais, em particular.

Pensar o consumo das narrativas dissolvido no cotidiano é uma das chaves para a compreensão da relação entre a lógica mercantil e as práticas culturais e populares. Junto com Martín-Barbero (2001), partimos do pressuposto para estudar a telenovela é preciso vê-la a partir de Bakhtin (literatura dialógica). O mundo do qual fala Bakhtin (1996) é extraoficial, ainda que legalizado, baseado no princípio do riso e do prazer do corpo, um mundo que escapa à oficialidade, é “invertido” por um momento e assume trocas do “alto” com o “baixo”. Martín-Barbero (2001, p. 319) assume pensar o melodrama como uma literatura dialógica, um gênero que se afastando de pretensas purezas, assume um intercâmbio entre os lugares de autor, leitor e personagens nas histórias, entre ficção e realidade, intercâmbio “que é *confusão* de narrativa e vida, entre o que faz o autor e o que se passa com o espectador”. O dialogismo da narrativa nos leva também à uma confusão entre história escrita e reescrita pelos aparatos tecnológicos da mediação videotecnológica e a oralidade que repetindo o que acontece na novela, conta e reconta a história que se passa na tela, mas que se ressignifica na vida, nas práticas cotidianas de ouvir e ver a história e recontá-la nos âmbitos mais rotineiros, oferecendo a ela novo sentido, não menos legítimo do que aquele sugerido pelo autor, diretor ou editor da narrativa audiovisual. “Que nessa abertura e confusão acha-se imbricada a lógica mercantil e que por ela passam ‘funcionando’ as estratégias do ideológico, é algo inegável” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 320).

O que o dialógico deixa claro é a ausência de uma regra fixa e determinada no processo de conferir sentido: há múltiplas possibilidades de lugares de enunciação, o que vai de encontro a posições estabelecidas e oferecidas prontas pela estrutura social clássica. “A noção de articulação/desarticulação interrompe o maniqueísmo ou a rigidez binária da





lógica da luta de classe, em sua concepção clássica, como figura arquetípica da transformação” (HALL, 2003, p. 235). O antagonismo pensado sob a lógica do dialogismo não é excludente ou fixamente determinado, pode englobar polos diferentes, pois há sempre algo que não foi explicado, que é excedente ou que falta. A novela é, então, um texto dialógico, carnavalesco. O carnaval, afinal, “era o triunfo de uma espécie de libertação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus” (BAKHTIN, 1996, p. 8-9).

Tendo como matriz cultural o melodrama e o folhetim⁵ a novela brasileira também apoiou-se na experiência dos primeiros anos da TV nos Estados Unidos para entender o modelo de negócio que geraria lucro. Ou seja, a novela é um produto construído nas redes da indústria cultural, mas a partir de uma série de elementos populares cooptados pela indústria. O negócio, a indústria, o dinheiro contam, mas o que aparece nas narrativas das telenovelas não responde apenas a isso. Martín-Barbero (2004, p. 173) nos diz que depois de tantas leituras ideológicas, as perguntas dos pesquisadores mudaram. Passaram a “perguntar-se se aquilo que dá prazer e sentido popular nesses relatos não tem a ver, através e além dos estratagemas da ideologia e inércia dos formatos, com a cultura, isto é, com a dinâmica profunda da memória e dos imaginários”.

As pessoas veem novelas, sentem prazer nesse consumo. Não é apenas uma relação de dominação ideológica ou determinação mercantil o que leva à prática de colocar-se todos os dias, no mesmo horário, diante de um narrador para ouvir/ver uma determinada história. “O que ativa essa memória e a torna permeável aos imaginários urbanos/modernos não é da ordem dos conteúdos, nem sequer dos códigos, é da ordem das matrizes culturais”. Perguntar sobre as matrizes não é buscar sementes arcaicas, mas deixar explícito “o que faz que certas matrizes narrativas ou cenográficas continuem vivas, isto é, continuem secretamente conectando-se com a vida, os medos e as esperanças das pessoas” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 173). Dito de outro modo: há, além da lógica dos interesses dominantes e industriais algo das complexidades e das dinâmicas do universo popular que respondem à paixão dos latinos, em geral, e dos brasileiros, em particular, pela telenovela, o folhetim eletrônico.

3 O REFORÇO DO PENSAMENTO HEGEMÔNICO E O PESO DA DECODIFICAÇÃO

Tendo a televisão como foco de sua atenção, Hall elabora, originalmente nos anos de 1970, um modelo para pensar o processo comunicativo que, de fato, abalava as estruturas anteriores existentes - como os estudos do *Mass Communication Research* - pois dizia que a produção e a recepção das mensagens televisivas não eram idênticas, mas

⁵ Ao falarmos de melodrama e folhetim como matrizes culturais da telenovela estamos acompanhando Martín-Barbero (2001). O melodrama (experiência teatral) e o folhetim (experiência literária-jornalística) ganham fôlego com a Revolução Francesa e alastra-se massivamente pela Europa nos primeiros anos do século XIX.



estavam relacionadas, "são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo" (HALL, 2003, p. 390).

O protocolo de Hall – inaugural na perspectiva da integração do espaço da produção e da recepção e passo inicial para este tipo de análise – está fundamentado na ideia de que a comunicação é um processo estruturado por uma articulação entre momentos distintos – “produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (HALL, 2003, p. 387) – em que cada um desses momentos tem suas condições específicas de existência, mas sendo articulados devem ser levados em consideração para pensar o outro, mas isto não pré-definido ou fixa o funcionamento de nenhum desses momentos. Esta distinção não significa uma auto-suficiência, “é sempre a produção e o consumo em uma relação” (HALL, 2003, p. 359).

A publicação do autor marca uma ruptura importante⁶, uma tomada de posição contra a ideia de que a comunicação é um processo transparente, no qual quem detém o poder domina o jogo de sentido e que o significado é uma mensagem que pode ou não ser entendida pelo receptor. A codificação, diz o autor, é responsável pela definição de alguns parâmetros por onde vai operar a decodificação. Há limites e estes limites são dados pela codificação, pois caso não existissem limites – e alguma reciprocidade entre os dois momentos – não poderíamos falar de uma efetiva troca comunicativa. Ora, mas contornar alguns limites não é aprisionar o sentido. E esta reciprocidade, esta correspondência entre os dois momentos não é dada, é, na verdade, negociada, é construída. “Não é natural, mas produto de uma articulação entre dois momentos distintos. E a codificação não pode determinar ou garantir, de forma simples, quais os códigos de decodificação que serão empregados” (HALL, 2003, p. 399). Se assim fosse, a comunicação seria um processo no qual os dois momentos seriam absolutamente equivalentes e Hall nos diz outra coisa: não há uma necessária correspondência entre a codificação e a decodificação. Ao não colocar toda a força do processo de dar significado às mensagens no receptor, mas considerar que é a codificação que define certos limites nos quais vai operar a decodificação, Hall insiste em um modelo que não retira a ideia de poder do jogo. “Não quero um modelo determinista, mas não quero um modelo sem determinação. Por conseguinte, não creio que as audiências ocupem as mesmas posições de poder daqueles que dão significado ao mundo para elas” (HALL, 2003, p. 366).

Para Hall (2003, p. 396-397) há uma “ordem cultural dominante”, que são classificações do mundo social, cultural e político. É uma ordem dominante, mas não é “nem unívoca, nem incontestável”. Há, portanto, “sentidos dominantes ou preferenciais” que organizam as várias áreas da vida social em “domínios discursivos hierarquicamente

⁶ Hall (2003) reconhece limites na proposta de seu modelo. Ao falar dos “significados preferenciais” e “leituras preferenciais” falta uma definição clara de cada um e faz parecer que significados preferenciais estariam ligados à codificação e leituras preferenciais à decodificação. Outro ponto é em relação às “posições-tipo”. Hall diz que seu objetivo era sugerir algo que pudesse abrir novas questões e estabelecer uma compreensão da comunicação para além da *Mass Communication Research* e não a determinação de um modelo que, sem validação empírica, fosse duradouro.





organizados”. Aquilo que é novo – ou polêmico, abstrato – deve, para ganhar sentido, se alocado para seus “respectivos domínios discursivos”. Mas dominante não é determinado (fechado, indiscutível), pois sempre podemos reordenar, classificar de um novo modo, atribuir outros sentidos, ou seja, decodificar por outras vias. Hall considera que há um sentido dominante pois reconhece que, de fato, há uma padrão de “leituras preferenciais” e que tanto o dominante quanto o determinado possuem “uma ordem institucional/política/ideológica impressa neles e ambos se institucionalizaram”. O que Hall faz é reconhecer que sendo um sujeito portador do controle dos meios de comunicação e dos aparatos de significação do mundo é este sujeito que vai escrever os textos e há aí uma leitura preferencial que, até certo ponto, contorna o sentido, pois a decodificação, como já assinalamos, acontece dentro do ambiente delimitado pela codificação. A ausência de quaisquer descompassos no processo, entre codificar e decodificar, ou seja, a plena transparência entre os dois momentos do processo, é, para Hall o “momento da hegemonia”. “Ser perfeitamente hegemônico é fazer com que cada significado que você quer comunicar seja compreendido pela audiência somente daquela maneira pretendida” (HALL, 2003, p. 366). Mas, a mensagem não tem um só significado.

A hegemonia da qual fala Hall é a pensada por Gramsci. É preciso compreender que a leitura de Gramsci que fazem os Estudos Culturais marcou definitivamente uma mudança paradigmática nos estudos de Comunicação. A noção de significados ideológicos fixos e ideologias de classe foram substituídos pelos conceitos de terrenos de lutas ideológicas e a tarefa de transformação ideológica. Trazer a decodificação para a luz das análises e dar um lugar ao sujeito que poderia mesmo não apenas “negociar” o sentido proposto hegemonicamente, mas inclusive opor-se à ele completamente, batia de frente com as pesquisas dos usos e gratificações e dos efeitos dos meios de comunicação, por exemplo. A categoria Hegemonia é cara aos Estudos Culturais.

Gramsci (1999-2002) dedica um de seus Cadernos do Cárcere (o caderno 24) exclusivamente ao tema do jornalismo, mas vai além dele para se ocupar do tema dos meios de comunicação. Couto (2009) nos diz que além do caderno 24, o autor refere-se à opinião pública no caderno 7 dos Cadernos Miscelâneos e trata de oratória, conversação e cultura no Caderno 16 (Temas de Cultura). A preocupação com os jornalistas não diminuiu o uso de seu pensamento para compreender o sistema dos meios de comunicação de modo geral.

Há uma clara referência na obra que identifica a relação jornalistas/meios de comunicação, no sentido de que a ação daqueles (jornalistas) deve ser compreendida como a desses (os meios) na atualidade, ou seja, os termos jornal e jornalista aparecem como a expressão do que consideramos mídia ou meios de comunicação de massa, no tocante à ação. (COUTO, 2009, p. 78-79).

Guardadas todas as considerações de caráter temporal e histórico e mesmo as condições de produção de Gramsci no encarceramento pelo fascismo italiano, o autor dedica-se a entender a relação, inclusive da imprensa, com o que chama de meios de comunicação falada (os meios eletrônicos de comunicação). Gramsci (2001, p. 67) escreve



que a investigação da imprensa “revolucionou todo o mundo cultural” e deu à memória um “subsídio de valor inestimável”. Na investigação da imprensa “está implícita outra, a das modificações qualitativas, além das quantitativas (extensão de massa), trazidas ao modo de pensar pelo desenvolvimento técnico e instrumental da organização cultural” (GRAMSCI, 2001, p. 67). O autor completa:

Também hoje a comunicação falada é um meio de difusão ideológica que tem uma rapidez, uma área de ação de uma simultaneidade emotiva enormemente mais amplas do que a comunicação escrita (o teatro, o cinema e o rádio, com a difusão dos alto-falantes nas praças, superam todas as formas de comunicação escrita, desde o livro até a revista, o jornal, o jornal mural). (GRAMSCI, 2001, p. 67).

Logo no primeiro dos Cadernos do Cárcere o filósofo marxista relaciona o exercício “normal” da hegemonia a uma combinação da força e do consenso que se equilibram, em uma perspectiva que se opõe à ideia de dominação, de coerção pura e simples, a mesma coerção e dominação rejeitadas por Hall ao pensar nas relações (que também são de poder) entre codificação e decodificação. A hegemonia estabelece um sistema elaborado de relações e mediações, “pressupõe a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras” (MORAES, 2010, p. 54). É um conceito que para a comunicação ajuda a “desvendar os jogos de consenso e dissenso que atravessam e condicionam a produção simbólica dos meios de comunicação, interferindo na conformação do imaginário social e nas disputas de sentido e de poder na contemporaneidade” (MORAES, 2010, p. 54).

Gramsci localiza os meios de comunicação como um aparelho privado de hegemonia que atua como um dos conjuntos de instituições da sociedade civil (uma das esferas da superestrutura, junto à sociedade política). O controle e o monopólio são mantidos, na sociedade civil, pelo consenso, é lá o espaço da elaboração e propagação da hegemonia enquanto visões do mundo. Os meios de comunicação (assim como partidos políticos, sindicatos, associações, movimentos sociais, escola e Igreja) funcionam como “caixas de ressonância”. “Os veículos ocupam posição distintiva no âmbito das relações sociais, visto que fixam os contornos ideológicos da ordem hegemônica, elevando o mercado e o consumo a instâncias máximas de representação de interesses” (MORAES, 2010, p. 61).

Bem antes de poder acompanhar o desenvolvimento assombroso do sistema midiático contemporâneo, Gramsci (2001) qualificava a imprensa como “a parte mais dinâmica da superestrutura ideológica”. Hoje é possível pensar a mídia e suas corporações com a clara intenção de

regular a opinião social através de critérios exclusivos de agendamento dos temas que merecem ênfase, incorporação, esvaziamento ou extinção. O ponto nodal é transmitir conteúdos que ajudem a organizar e a unificar a opinião pública em torno de princípios e medidas de valor. [...] É no domínio da comunicação que se esculpem os contornos da ordem hegemônica, seus tentáculos ideológicos, sua hierarquias, suas expansões contínuas no bojo da mercantilização generalizada dos bens simbólicos. (MORAES, 2010, p. 67-68).



No entanto, ainda que seja possível apontar o sistema midiático como este lugar no qual opera essa caixa de ressonância da hegemonia, ele não é um todo harmonioso que responde exclusivamente aquilo que foi pensado como reforço hegemônico. Hall (2003, p. 366) nos pede para pensar no sentido de “leitura preferencial” das mensagens midiáticas. É uma “tentativa de hegemônizar a audiência que nunca é inteiramente eficaz e, usualmente, não o é”. E não é porque não parece ser razoável entender que a codificação seja capaz de conter – ou controlar – todas as leituras possíveis de um texto que, ao ser codificado, escapa, sempre e fugidio, do controle. É continuamente possível ler um texto de outro modo. Hall (2003, p. 366) explica que apostar na ideia de leituras preferenciais tem relação com a escolha de uma “noção de poder e de estruturação no momento da codificação que todavia não apague todos os outros sentidos possíveis” que pode carregar uma mensagem. O ponto central da leitura preferencial está justamente onde o poder atravessa o discurso, dentro e fora da mensagem, portanto. O poder da televisão, por exemplo, ou de seus produtores, não está apenas na detenção destes meios, na posse deles, mas também na mensagem ao impregná-la, penetrá-la e nos oferecer o caminho por onde devemos lê-la. Mas, insistimos junto à Hall, preferir um sentido, não é determiná-lo. “Logo, uma leitura preferencial nunca é completamente bem-sucedida: é apenas o exercício do poder na tentativa de hegemônizar a leitura da audiência. E isso é tudo que ela é” (HALL, 2003, p. 366).

São os “sentidos dominantes ou preferenciais” que dão “vazão a leituras preferenciais, uma das possíveis posições-tipo de decodificação” (ESCOSTEGUY, 2007, p. 126). E são três as posições-tipo a partir das quais a decodificação de um texto televisivo pode acontecer: posição hegemônica-dominante; código negociado e código de oposição⁷. A posição hegemônica-dominante acontece quando a decodificação efetua-se de modo muito próximo – ou de modo direto ou integral – em relação à codificação. O consumidor opera “dentro do código dominante”, ou seja, o sentido é apreendido exatamente como desejou o emissor, é quando a “caixa de ressonância” da hegemonia funciona perfeitamente. A segunda posição é a do código negociado, na qual o universo de significados possíveis da mensagem é bem mais amplo do que sugere/orienta a codificação, trata-se de uma um processo que hibridiza elementos de concordância e discordância. “Confere posição privilegiada às definições dominantes dos acontecimentos, enquanto se reserva o direito de fazer uma aplicação mais negociada às ‘condições locais’ e às suas próprias posições mais corporativas” (HALL, 2003, p. 401). É, portanto, uma posição de decodificação marcada pela contradição, pois negocia a ideologia dominante.

Diante dos discursos e lógicas do poder dominante, estas lógicas de código negociado vão oferecer outras leituras possíveis das mensagens, como em um jogo de ceder às ideias dominantes mas reter, na prática da vida, outras ideias que batem de frente com elas. Quando o sujeito negocia o sentido, perturbando a “comunicação perfeitamente

⁷ Em codificação/decodificação as posições-tipos são “ideais-típicas ou hipotético-dedutivas. [...] São posições de decodificação; não são grupos sociológicos” (HALL, 2003, p. 357).





transparente”, aparecem as contradições e “mal ajustes” entre as codificações hegemônicas e a decodificação e surge a ideia do “mal-entendido” para os que codificaram (elites, profissionais da radiodifusão). Hall (2003, p. 371) considera que a maioria de nós, na maior parte do tempo, faz mesmo decodificações negociadas. “Somente quando você se torna um sujeito revolucionário completamente autoconsciente e esquematicamente organizado, você alcançará integralmente uma leitura de oposição”.

Código de oposição, afinal, é a última das posições. Nela o telespectador entende perfeitamente a codificação, mas decodifica a mensagem de modo completamente contrário. “Ele ou ela destotaliza a mensagem no código preferencial para retotalizá-la dentro de algum referencial alternativo” (HALL, 2003, p. 402). É, pois, considerado um momento político de fundamental importância, no qual há uma postura contestatória à posição hegemônica dominante. O sentido da mensagem não é apenas negociado, mas é, efetivamente, contrário ao sentido da conotação. É quando se efetiva uma “política da significação”, trava-se uma “luta no discurso”.

Hall sugere que tal modelo de pensar a codificação/decodificação é aberto, as audiências movem-se entre as três posições. Ou seja, podemos, em determinado momento da vida, ou em relação a algumas questões ou textos específicos, funcionar em posições diferentes. Mas é também e fundamentalmente uma ruptura significativa com a perspectiva de que a comunicação é transparente, dada, um jogo ganho e que caso a recepção não compreenda como pensou o emissor, há algo errado ali. A luz que Hall traz é também um assombro aos donos das ferramentas de codificar hegemonicamente o mundo: nesse “não entendido” pode sim haver um não-entendido, mas isso não significa necessariamente um erro, mas, às vezes, o acerto do processo. É no “não entendido”, no “mal ajuste”, que mais é possível entender, ampliar, ultrapassar, transpassar, transcender. A riqueza da comunicação talvez esteja justamente aí, na possibilidade de podermos decodificar aquilo que, quem sabe, nunca foi pensado pelo codificador. Gramsci, ao falar de “equilíbrio instável”, abre um espaço para pensarmos que o sistema midiático pode permitir, eventualmente “a divulgação de certos temas e abordagens de interesse social ou de repercussão geral, em meio a programações tendencialmente apaziguadoras ou despolitizadoras” (MORAES, 2010, p. 72).

5 CONCLUSÃO

Acompanhar a história da telenovela brasileira nos dá a possibilidade de entendê-la como um lugar no qual operam continuamente reforços hegemônicos, mas também abre espaço para temas, enquadramentos e assuntos, modelos de vida e de ver que vão produzir práticas de negociação de sentido. A novela, tomada hoje por uma narrativa verossímil, na qual o “senso comum pós-freudiano” (XAVIER, 2003) encontrou morada, apresenta sem dúvida o reforço de esquemas patriarcais, racistas, classistas e homofóbicos, por exemplo. Mas o tom geral é “liberalizante”, no reconhecimento de um novo “código moral, moderno e de inspiração humanista” que vai aparecer nas





narrativas como novas regras de comportamento, “baseadas no conhecimento, na medicina, na ciência” (XAVIER, 2003, p. 153-154). É importante lembrar que historicamente a indústria cultural nacional incorporou à lógica produtiva da telenovela valiosos atores, escritores, produtores com clara tendência política de esquerda, especialmente entre os anos 1970 e 1990, o que não aconteceu no resto da América Latina, na qual as novelas deixam de lado a tematização de assuntos de interesse social, econômico ou político.

A novela, em diversos casos, fala de outros modos de vida, de estar juntos, de exercer a vida social, política, sexual. Traz para o centro da cena assuntos e temas dos quais o pensamento hegemônico preferia não dar repercussão, como os direitos dos negros, das mulheres e das populações marginalizadas. Não queremos, com isso, indicar que o conteúdo das narrativas escapa do controle industrial e mercadológico da grande mídia, mas à exemplo do que diz Gramsci, há algo ali da ordem de uma negociação. Certamente, o entendimento de que operam nas práticas de codificação/decodificação algo além de um processo transparente de comunicação no qual há exclusivamente o reforço de visões de mundo hegemônicas não pode ser restrito ou exclusivo ao pensarmos na TV ou mesmo na telenovela. Tampouco podemos entender que nesta relação entre quem emite e quem recebe as relações de poder são equivalentes. Mas, certamente, a novela, por uma série de características próprias, opera como nenhum outro lugar no sistema midiático como um âmbito no qual a oscilação entre o reforço do pensamento hegemônico e as decodificações hegemônicas-dominantes mais podem ser desequilibradas. E isso se dá tanto no âmbito da codificação, quanto no da decodificação.

As novelas brasileiras tem uma vocação de incorporar temas do âmbito público ao universo privado. Esses temas - que diversas vezes reforçam hegemonias e em outras as contradizem - como o racismo, o machismo, reforma agrária, coronelismo, só para citar alguns, são inseparáveis das tramas amorosas e dos imbricados relacionamentos familiares. São essas tramas e relacionamentos que presidem a narrativa dos problemas sociais. O lugar privilegiado na novela, para a compreensão dessa ambivalência da qual falamos neste trabalho, talvez venha daí, da possibilidade de traduzir as pessoas e seus modos de vida e visões de mundo através das relações afetivas dos personagens de suas tramas, levando isso para o nível do vivido na vida de cada um de nós, misturando a narrativa com a vida, essa que também não é da ordem de uma dominação seca, dura e crua, mas na qual operam, todo o tempo, negociações de sentido e poder.

Intrincada com a vida, misturada à ela por um permanente trânsito entre o ir e vir da tela para a vida, a novela é um sintoma fundamental daquilo que é experimentado na vida vivida. Há, na telenovela, além dos arcaísmos narrativos, cênicos e sonoros, as consequências dos mercados e da globalização - a dissolução de diferenças, congelamento de folclores, inovações técnicas, temáticas e expressivas. Mas há, também, uma polifonia de vozes e interesses que passam por lá, uma negociação permanente do poder, das visões de mundo que vão prevalecer, dos personagens que serão “amados”, dos que serão



“rejeitados”. A vida, como a novela, é vivida de múltiplas formas, subjetiva, política, estética e emotiva. Como nos diz Martín-Barbero (2004, p. 41), a telenovela se converte no Brasil em um conflitivo mas, sem dúvida, fecundo terreno de redefinições político-culturais.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na idade média e no renascimento**: o contexto de François Rabelais. 3.ed. São Paulo, Brasília: Hucitec, Edunb, 1996.

COUTO, Carlos Agostinho Almeida de Macedo. **Estado, mídia e oligarquia**: poder público e meios de comunicação como suporte de um projeto político para o Maranhão. São Luís: Eudfma, 2009.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo** – ESPM/SP, vol. 4, n 11, p. 115-135, nov. 2007.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 1999-2002. 6v.

_____. **Cadernos do cárcere**. Vol. 4. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. 6v.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

LOPES, Maria Immacolata V. de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. (Coord.). **(Re)invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva**: anuário Obitel 2016. Porto Alegre: Sulina, 2016.

LOPES, Maria Immacolata V. de; MUNGIOLI, Maria Cristina P. Ficção televisiva transmidiática: temáticas sociais em redes sociais e comunidades de fãs. IN: LOPES, Maria Immacolata V. de (Org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil**: Plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011.

LOPES, Maria Immacolata V. de. “Telenovela como recurso comunicativo”. **Matrizes**, São Paulo, Ano 3, n. 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

_____. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Revista Debates**, Porto Alegre, n. 1, v. 4, p. 54-77, jan./jun. 2010.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Enunciação e discurso na telenovela: a construção de um sentido de nacionalidade. In: XXXI Congresso Brasileiro em Ciências da Comunicação, 2008, Natal-RN. **Anais...** Natal: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0835-1.pdf>> Acesso em 09 out.2012.

XAVIER, Ismail. **O olhar e a cena**: melodrama, hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac e Naify, 2003.



DIÁLOGOS ENTRE ANTONIO GRAMSCI E OS ESTUDOS CULTURAIS

uma perspectiva teórica para a comunicação

Ed Wilson Ferreira Araújo, doutor em Comunicação (PUCRS), professor do Departamento de Comunicação Social da UFMA

Resumo

Abordam-se as aproximações entre as Teorias da Comunicação, com ênfase nos Estudos Culturais, e as formulações de Antonio Gramsci sobre cultura. Toma-se como ponto de partida uma síntese do pensamento comunicacional de tendência administrativa, base dos estudos quantitativos e de uma visão estática do sistema social. Em seguida, assinalam-se os aportes teóricos que rompem com o modelo estático de investigação dos efeitos da comunicação na sociedade de massa. A Teoria Crítica, os Estudos Culturais e a visada gramsciana sobre cultura incorporam novos pressupostos para entender a comunicação para além da reprodução ideológica.

Palavras-chave: Comunicação. Gramsci. Estudos Culturais.

Abstract

The approximations between Communication Theories, with emphasis on Cultural Studies, and Antonio Gramsci's formulations on culture are discussed. As a starting point, a synthesis of the communicational thought of administrative tendency, base of the quantitative studies and of a static vision of the social system. Next, we highlight the theoretical contributions that break with the static model of investigation of the effects of communication in mass society. Critical Theory, Cultural Studies, and Gramsci's approach to culture incorporate new assumptions to understand communication beyond ideological reproduction.

Keywords: Communication. Gramsci. Cultural Studies.

1 INTRODUÇÃO

No final dos anos 1950 começaram a ingressar no pensamento comunicacional novos ingredientes teóricos que superaram a visão dicotômica do emissor dominante e do receptor dominado, passando a vislumbrar um horizonte além da mera reprodução ideológica perpassada nos meios de comunicação. A relação entre os dois pólos – emissor e receptor – passou a receber outros enfoques no âmbito das Teorias da Comunicação. No

presente trabalho, de cunho exploratório, apresentamos uma revisão bibliográfica a partir do diálogo entre os conceitos de Antonio Gramsci sobre cultura e hegemonia; e os Estudos Culturais, visando articular o pensamento gramsciano à Teoria das Mediações formulada por Martín-Barbero (2009).

Nessa perspectiva, discorremos sobre os subsídios do pensamento gramsciano absorvidos e ressignificados na vertente teórica dos Estudos Culturais, articulando a constituição do complexo industrial e tecnológico dos meios de comunicação à Teoria das Mediações. A perspectiva apresentada entrelaça as relações entre infra-estrutura e super-estrutura, reforça concepções já firmadas e resenha as visadas teóricas sobre a dominação e a emancipação no contexto da luta de classes, território fundante para o debate sobre mídia e poder.

O artigo está organizado em três partes: 2) Panorama das teorias da comunicação; 3) Os Estudos Culturais; 4) A questão cultural em Gramsci. A estruturação do texto visa atender a um método de exposição das ideias e conceitos que possibilitam entender o momento histórico de virada na pesquisa em Comunicação, que marca a ruptura com o pensamento positivista-funcionalista e inaugura novas investigações a partir do questionamento sobre o poder dos meios de comunicação, tomados até então como reprodutores ideológicos da dominação.

2. PANORAMA DAS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

De modo sintético, a pesquisa em Comunicação era, até o fim da II Guerra Mundial, fortemente influenciada pela tendência administrativa (Wolf, 1999). Media-se o grau de manipulação e a força dos meios sobre a audiência. Ancorada no funcionalismo norte-americano, a pesquisa tinha como objetos de estudo a persuasão, o controle dos meios, os usos e gratificações, o processo de produção da notícia etc. A Teoria Hipodérmica (Wolf, 1999) é a principal representante dessa perspectiva, segundo a qual, na sociedade de massa, predomina a onipotência dos meios de comunicação no cenário de vulnerabilidade do indivíduo. Segundo a Teoria Hipodérmica, o receptor é mero objeto passivo do processo de comunicação. Assim, dos anos 1920 até a década de 50 o panorama dos estudos em Comunicação esteve sob a égide do que se convencionou chamar de *Mass Communication Research*, unida pelo pensamento de uma variedade de autores no leque disciplinar que se estendia da engenharia à sociologia, passando pela psicologia (Hohlfeldt, 2010).

A partir dos anos 1950, entra em cena a Escola de Frankfurt ou Teoria Crítica. Essa vertente era formada por uma plêiade de cientistas sociais e filósofos, entre os quais Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Walter Benjamin, Erich Fromm e Jürgen Habermas. Em uma designação inicial, a Teoria Crítica condensa um campo formado por um grupo de intelectuais em órbita do Instituto de Pesquisa Social (IPS), mantenedor dos estudos e das publicações materializadas na Revista de Pesquisa Social. Para efeito



didático, é necessária uma observação sobre as duas denominações que fazem referência ao mesmo tema: Teoria Crítica e Escola de Frankfurt. Nobre (2004) orienta que o rótulo “Escola de Frankfurt” surgiu apenas no fim da década de 1950, quando o Instituto de Pesquisa Social retornou à Alemanha, após o refluxo da perseguição nazista. “Nesse sentido, a Escola de Frankfurt diz respeito a um determinado momento e a uma determinada constelação da Teoria Crítica” (Nobre, 2004, p. 21).

Nas suas diretrizes gerais, os autores críticos alimentam-se da fonte marxista, cujo foco é a macroeconomia, a sociologia e a política, fazendo incursões nos impactos da economia no sujeito e nas relações culturais para atualizar suas análises sobre os aspectos psicológicos que iriam influenciar mudanças comportamentais com o advento da técnica e do processamento da mercadoria no contexto de uma cultura massificada. Os propósitos comuns dos principais expoentes da Teoria Crítica perseguiam algumas questões essenciais: recuperar o projeto inicial do Iluminismo; retomar o viés crítico-libertador da razão; valorizar o sujeito individual na sociedade de massas, base da indústria cultural; colocar a razão, a ciência e a tecnologia em uma perspectiva emancipatória. Nesse percurso, um dos fundamentos da Teoria Crítica é o contraponto aos pressupostos positivistas, sustentáculos da teoria tradicional. A relação entre teoria e prática não é reduzida a uma perspectiva utilitária, em que esta é uma aplicação daquela. Desde o princípio, está esboçada a perspectiva dialética:

Sendo assim, a *teoria* crítica não pode se confirmar senão na *prática* transformadora das relações sociais vigentes. As ações a serem empreendidas para a superação dos obstáculos à emancipação constituem-se em um momento da própria teoria. Nesse sentido, o curso histórico dos acontecimentos – como resultado das ações empreendidas contra a estrutura de dominação vigente – dá a medida para a confirmação ou refutação dos prognósticos da teoria. Note-se, entretanto, que a prática não significa aqui uma mera aplicação da teoria, mas envolve *embates* e *conflitos* que se costuma caracterizar como “políticos” ou “sociais”. A prática é um momento da teoria, e os resultados das ações empreendidas a partir de prognósticos teóricos tornam-se, por sua vez, um novo material a ser elaborado pela teoria, que é, assim, também um momento necessário da prática. (NOBRE, 2004, p. 12)

A Teoria Crítica é marcada também por uma característica de estudos interdisciplinares, ao reunir intelectuais de variadas áreas de conhecimento que desenvolviam pesquisas em torno do eixo comum da obra de Karl Marx. Cabe ressaltar que a denominação de “escola” de Frankfurt não traduz necessariamente a noção de harmonia das concepções ou um certo ar doutrinário entre os pesquisadores. Havia entre eles divergências e diferentes interpretações e visões sobre a herança marxista. Distanciando-se da perspectiva doutrinária, a Teoria Crítica assenta-se na permanente renovação e indagações (Nobre, 2004).

Entre os temas de análise, a Teoria Crítica recorta o caráter mercadológico da cultura. Assim, a conversão da cultura em mercadoria, segundo a visão de Adorno e Horkheimer, submete os indivíduos a um consumo passivo, sem criticidade, subordinando a consciência dos receptores, convertidos em objetos da comunicação. Nesse enfoque, o consumismo prevalente dos interesses da indústria cultural incutia uma propaganda



manipuladora dos partidos políticos e dos Estados. Na interface entre comunicação e sociedade, a Teoria Crítica busca investigar os processos de alienação, coisificação, manipulação e exploração de necessidades aportadas nas contingências ideológicas do consumo das mídias, tendo como pano de fundo a crise da razão e a mercantilização da cultura.

Mas, como dito anteriormente, a Teoria Crítica comportava no seu conjunto de autores visões distintas sobre a ideia de manipulação das massas. Benjamin (1987), no texto clássico sobre a obra de arte na era da reprodução técnica, afirma que o modo de produção capitalista carrega suas contradições ao permitir a democratização da cultura, ao tornar os bens culturais objetos de produção industrial, possibilitando assim o acesso desses conteúdos a um expressivo número de pessoas, diferente da obra de arte sacralizada, apreciada apenas pelas elites em ambientes fechados.

3. OS ESTUDOS CULTURAIS

Concomitante à Teoria Crítica, o fim dos anos 1950 engendra também uma perspectiva teórica denominada Estudos Culturais, inicialmente na Inglaterra, promovendo o diálogo entre os meios de comunicação e a cultura popular, visando entender as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade. Uma das principais contribuições dos Estudos Culturais é o argumento de que no terreno do popular não cabe apenas a submissão, mas também a resistência e as pulsações emancipatórias. Nessa perspectiva, o receptor deixa de ser um mero consumidor passivo dos bens culturais, outrora visto apenas como reproduzidor da ideologia dominante. Os Estudos Culturais focam suas investigações nas práticas de resistência das classes subalternas e na análise dos meios massivos. Assim, a cultura não é explicada totalmente pelas determinações das condições econômicas no âmbito do capitalismo.

Há, portanto, uma crítica à concepção originária das formulações marxistas acerca da determinação econômica em todas as outras dimensões de apreensão da realidade, incluindo a cultura. Ao mergulhar nas investigações sobre as culturas populares, as identidades e múltiplas determinações da ação humana, os Estudos Culturais abrem uma fronteira teórica sustentada na capacidade de resistência das classes populares e nos processos de resignificação e adaptação do consumo midiático, sejam eles emanados dos meios massivos ou produzidos na base da sociedade.

O mapeamento dos Estudos Culturais (Escosteguy, 2010) permite visualizar os pontos de conexão para entender as formulações dos seus principais autores na perspectiva de um movimento teórico-político, surgido na Inglaterra em fins dos anos 1950, na sua gênese constituído pelos textos-fonte de Richard Hoggart: *The Uses of Literacy* (1957), Raymond Williams: *Culture and Society* (1958) e E. P. Thompson: *The Making of the English Working-class* (1963), referenciados no pólo de pesquisa *Centre for Contemporary Cultural*



Studies (CCCS). A origem britânica dos Estudos Culturais destoa de uma explicação da cultura atrelada às determinações exclusivamente econômicas. Para além da base material, existem diversas forças de ordem política e cultural em conflito na complexa constituição da sociedade. Outras características da fundação britânica, anotadas por Escosteguy (2010), merecem destaque na busca de delimitar os Estudos Culturais: 1) Contêm uma “dupla agenda”, sistematizada no projeto teórico e político; 2) Dizem respeito a uma área ou campo onde interatuam diferentes disciplinas buscando compreender os aspectos culturais da sociedade.

A produção teórica dos culturalistas britânicos ganha o mundo e passa por adaptações. Na perspectiva latino-americana, construída a partir dos anos 1970, os Estudos Culturais manifestam interesse pelo popular como categoria relevante (Martín-Barbero, 2009). Focado na redescoberta do popular nos estudos históricos, nas investigações sobre cultura e nas práticas comunicação e expressão das classes subalternas, Martín-Barbero (2009) localiza pegadas para observar a vida cotidiana. “Nesse re-desenho vai desempenhar um papel importante o reencontro com o pensamento de Gramsci, que, acima das modas teóricas e dos ciclos políticos, alcança atualmente uma vigência que tinha sido isolada ou ignorada durante longos anos” (Martín-Barbero, 2009, p. 98-99).

Aduados pelo pensamento gramsciano, os Estudos Culturais semeiam novas dimensões teóricas. A posição economicista encontra críticas nas formulações de Martín-Barbero (2009), que se opõe à ideia do ciclo reprodutivista e provoca um deslocamento no foco dos estudos de comunicação: dos meios para as mediações. Assim, as elaborações centrais da herança marxista são refutadas na visão barberiana. À valorização excessiva dos meios ele opõe a emergência das mediações, articuladas aos momentos da produção e da recepção, das matrizes culturais e dos formatos industriais, componentes do protocolo metodológico denominado “mapa noturno”, no contexto da Teoria das Mediações.

Assim, o ciclo produção/reprodução é rediscutido pelo surgimento do consumo entendido não como ato imediato de alimentação do lucro capitalista ou de interiorização dos valores das classes dominantes, mas sim pela lente de uma prática cultural que modifica o âmbito da produção, inclusive. A cotidianidade familiar afasta-se da interpretação marxista que vê na família mero espaço de reprodução ideológica burguesa.

Na percepção popular, o espaço doméstico não se restringe às tarefas da reprodução da força de trabalho. Pelo contrário, e frente a um trabalho marcado pela monotonia e despojado de qualquer atividade criativa, o espaço doméstico representa e possibilita um mínimo de liberdade e iniciativa. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 291).

Ao pregar o abandono do midiacentrismo, Martín-Barbero (2009) situa a comunicação como espaço estratégico de materialidade social e competência cultural, exercida em via de mão dupla: produção e recepção. Deixando o centro, a comunicação espalha-se em espiral, mesclada ao econômico, ao político e, sobretudo, ao cultural.

4. A QUESTÃO CULTURAL EM GRAMSCI



As contribuições de Gramsci são fundamentais para subsidiar o diálogo entre comunicação e cultura. “*Americanismo e fordismo*” é um texto seminal de Gramsci (2001) sobre a questão cultural, elevada à posição de um novo modo de organização da vida, materializada no controle sobre o cotidiano dos trabalhadores nas fábricas, a repressão ao álcool e ao sexo, eixos do “puritanismo” e do “proibicionismo”, duas formas morais de fiscalização da vida privada dos operários para além do cumprimento de suas relações contratuais no ambiente de trabalho. A disseminação de um tipo comportamental pregado pela nova ordem administrativa do trabalho constitui, fundamentalmente, uma questão cultural, traduzida como a “etiqueta americana” onde são costuradas a “nova cultura” e o “novo modo de vida”. Assim, a cultura passa a ser um componente fundante no mundo da produção:

Revela-se claramente que o novo industrialismo quer a monogamia, quer que o homem-trabalhador não desperdice suas energias nervosas na busca desordenada e excitante da satisfação sexual ocasional: o operário que vai para o trabalho depois de uma noite de “orgias” não é um bom trabalhador; a exaltação passional não pode se adequar aos movimentos cronometrados dos gestos produtivos ligados aos mais perfeitos automatismos. Este conjunto de constrangimentos e coerções diretos e indiretos exercidos sobre a massa produzirá certamente resultados; e surgirá assim uma nova forma de união sexual, cujo traço característico e fundamental parece dever ser a monogamia e a estabilidade relativa. (GRAMSCI, 2001, p. 269)

Nessa forma de pensar, Gramsci (2001) vê a dominação de classe para além do determinismo econômico. Alinhados a esta perspectiva, os Estudos Culturais revisam a ideia de que a infraestrutura determina a superestrutura e consideram limitada a concepção de que a cultura é um mero reflexo das condições materiais (Cevasco, 2003). À proporção que revisam os tópicos do economicismo, os intelectuais do CCCS (*Centre for Contemporary Cultural Studies*) aproximam-se das ideias de Gramsci (2002) sobre hegemonia, cuja inspiração é considerada fundamental para descolar o pensamento do ponto fixo – econômico – e perceber a complexa disputa das forças políticas, culturais e ideológicas no contexto histórico. A ideia outrora predominante do fator econômico como espelho para as outras dimensões da sociabilidade começa a perder força com a introdução dos aportes culturais trazidos à luz por Gramsci (2001) e ativados pelos Estudos Culturais.

Incorporando esses conceitos, os culturalistas destoam da concepção da cultura de massa que somente enxerga nos meios de comunicação as representações ideológicas dominantes. Em outra perspectiva, a cultura é situada no campo de batalha onde operam a dominação e a resistência, sempre na perspectiva de uma alteridade e nunca de total submissão/dominação. Alinhado a essa forma de pensar, Gramsci agrega o conceito de hegemonia incorporando as múltiplas possibilidades interpretativas adquiridas pelas classes subalternas no processo de reconhecimento dos interesses dominantes, entre elas a capacidade de resistência e formulação de uma nova hegemonia, originária dos dominados. A sociedade civil, como campo de disputa entre as classes sociais, é o território onde a hegemonia se faz em um constante processo de des(construção), no qual a formação do





consenso se dá pelo conflito entre os sujeitos. A hegemonia, portanto, não é definida por uma aplicação direta dos interesses dominantes para a reprodução do sistema, sem resistência dos dominados (Gramsci, 2001).

Na base da sociedade ocorrem distintos processos de compreensão da realidade e posicionamento diante dela, derivados da vida cotidiana, dos costumes, do dia-a-dia do empregado no local de trabalho, das suas formas de convivência comunitária e institucional, na religião e no lazer, na habitação e na sexualidade, passíveis de influência da herança cultural e dos traços psicológicos. Gramsci (2002) busca entender o sentido religioso do mundo, a relação do homem e da mulher com a terra e a fábrica, o campo e a cidade, valorizando a compreensão do trabalho e do processo produtivo, traduzida no fordismo por uma “adaptação psicofísica à nova estrutura industrial” (2002, p. 248). Assim, a racionalidade fordista passa, necessariamente, pela cultura.

No campo da cultura, esse modo de produção, pautado no industrialismo, prevê o controle dos instintos, entre eles o sexual, pregando a sujeição dos impulsos a normas e hábitos de ordem e repetição, precisão na execução das tarefas e exatidão dos resultados na linha de montagem da fábrica. Para obter sucesso no circuito produtivo fordista, implantava-se a fixação da jornada de trabalho, os turnos e horários fixos dentro e fora do ambiente laboral. Na perspectiva do controle social, o americanismo e o fordismo pressupunham a administração do tempo de trabalho e de lazer, impondo a este último forte controle e restrições para amordaçar os instintos e impulsos que poderiam prejudicar a produtividade do operário e influenciar negativamente nos resultados da linha de produção.

Na América, a racionalização do trabalho e o proibicionismo estão indubitavelmente ligados: as investigações dos industriais sobre a vida íntima dos operários, os serviços de inspeção criados por algumas empresas para controlar a “moralidade” dos operários são necessidades do novo método de trabalho. (GRAMSCI, 2002, p. 266)

Segundo o autor, as ideologias puritanas maqueiam o uso da força. É um tipo de coerção dissimulada na disciplina e no ordenamento da produção. Assim, os novos métodos de trabalho são indissociáveis de um determinado modo de viver, pensar e sentir a vida, pautado fundamentalmente na cultura, na vida cotidiana, no agir do dia a dia em casa, nos costumes, no trabalho, nos momentos de ócio e no lazer. Esse processo constituía, segundo Gramsci (2002), a racionalização da produção e do trabalho. O êxito do projeto americanista e fordista pressupunha uma dupla dimensão,: cultural e econômica. Segundo a visão puritanista, era necessário preservar a capacidade produtiva da mão-de-obra e para isso era necessário explorar o trabalhador na medida certa, assegurar a lucratividade do operário na fábrica e não extenuá-lo a ponto de perder a sua força muscular. Incluía também garantir o equilíbrio psicológico e físico do trabalhador fora do ambiente de trabalho, com o objetivo de impedir o seu colapso fisiológico.

O industrial americano se preocupa em manter a continuidade da eficiência física do trabalhador, de sua eficiência muscular-nervosa: é de seu interesse ter um quadro estável de trabalhadores qualificados, um conjunto permanentemente harmonizado, já que também o complexo humano (o trabalhador coletivo) de uma empresa é uma máquina que não deve ser excessivamente desmontada com frequência ou ter suas



peças individuais renovadas constantemente sem que isso provoque grandes perdas (GRAMSCI, 2002, p. 267)

De acordo com Gramsci (2002, p. 268), o puritanismo prega a função sexual mecânica, voltada para a reprodução. É a negação da “fantasia romântica própria do pequeno-burguês e do boêmio vadio”. O novo industrialismo quer a monogamia e o fortalecimento da família como instituição conservadora e mais fácil de ser controlada pelo Estado. Nessa concepção, o operário que pratica orgias sexuais e alcoólicas depois da jornada de trabalho não é bom trabalhador. Assim, o industrialismo formulou um conjunto de constrangimentos e coerções diretas e indiretas com o objetivo de produzir uma nova prática da sexualidade, monogâmica, estável e voltada apenas para a reprodução e a manutenção da unidade familiar.

Essa regra, no entanto, tem diferenciações. Gramsci (2002) denuncia que o puritanismo não vale para todas as classes. As mulheres e filhas dos milionários ganham contornos de celebridades, qualificadas como “mamíferos de luxo”. Entre os homens e mulheres da elite eram permitidas as traições, prostituição de luxo e uso de álcool, constituindo uma defasagem nos padrões de moralidade que o americanismo e o fordismo pregavam e aplicavam apenas aos operários. Os privilégios da elite na vida mundana estendiam-se ao ambiente da fábrica, onde também se constituía uma casta dos altos salários, destinados aos cargos de direção na atividade produtiva. Imprimia-se nessa segregação cultural e econômica a combinação para o pleno funcionamento do projeto americanista e fordista.

Para além desse diagnóstico, Gramsci (1999) propunha, na perspectiva emancipatória, uma nova cultura e uma nova ordem intelectual e moral, bases de uma outra hegemonia possível, afirmada na filosofia da práxis. A construção desse conceito passa pela compreensão de que a linguagem, o senso comum, a religiosidade, as práticas cotidianas e as diversas formas de sociabilidade são fundamentais para entender as classes subalternas e elevá-las a uma perspectiva emancipatória. Gramsci (1999) desmonta o preconceito sobre filosofia como algo exclusivo das pessoas letradas, de cientistas especializados ou de filósofos profissionais e sistemáticos. Toma a filosofia fora do ambiente de uma casta intelectual que seria a única capaz de dominar o conhecimento.

O autor organiza essa concepção tomando como base o pressuposto de que todos são filósofos, dotados de uma “filosofia espontânea”, comum às pessoas. A filosofia espontânea está contida na linguagem, no senso comum e na percepção não reflexiva da realidade. Insere também nesse rol de conhecimento a religião popular e, conseqüentemente, todo o sistema de crenças, superstições, opiniões, modos de ver e de agir que se manifestam naquilo que geralmente se conhece por “folclore”. Na perspectiva de superar a “filosofia espontânea”, a filosofia da práxis é dotada sobretudo de uma ação crítica no exercício de movimento do pensamento.

Criticar a própria concepção de mundo, portanto, significa torná-la unitária e coerente e elevá-la até o ponto atingido pelo pensamento mundial mais evoluído.





Significa também, portanto, criticar toda a filosofia até hoje existente, na medida em que ela deixou estratificações consolidadas na filosofia popular. O início da elaboração crítica é a consciência daquilo que é realmente, isto é, um “conhece-te a si mesmo” como produto do processo histórico até hoje desenvolvido, que deixou em si uma infinidade de traços acolhidos sem análise crítica. Deve-se fazer, inicialmente, essa análise. (GRAMSCI, 1999, p. 94)

O autor propõe uma nova ordem intelectual e moral, cuja base principal é a filosofia como crítica. Assim, o senso comum, refinado, dá origem ao bom senso. Para Gramsci (1999), no contexto das ideias em movimento na sociedade, os indivíduos fazem opções, escolhas, juízos de valor e agem politicamente, mas nem sempre essa ação política é coerente. Há contradições intrínsecas entre o pensar e o agir. Para superar esse problema, o autor prega a indissociabilidade entre filosofia e política, sendo esta compreendida como ação.

É necessário, portanto, colocar a ação no leito da política e usar a lente da crítica para discernir, distinguir os sistemas e correntes de filosofia, suas origens, sua difusão e direções. “É por isso, portanto, que não se pode separar a filosofia da política; ao contrário pode-se demonstrar que a escolha e a crítica de uma concepção de mundo são, também elas, fatos políticos.” (Gramsci, 1999, p. 97) A política compreende um processo crítico de sistematizar esse complexo plural de ideias e concepções de mundo. A filosofia, por sua vez, é um “convite à reflexão, à tomada de consciência de que aquilo que acontece é, no fundo, racional, e que assim deve ser enfrentado.” (Gramsci, 1999, p. 98.) Assim, a unidade entre filosofia e política tem o objetivo de agir conjuntamente em prol da elevação intelectual e moral das massas.

O projeto da nova cultura e da nova ordem intelectual e moral pressupõe a “ida ao povo”, ou seja, levar as massas a uma ascensão política e à compreensão da realidade, no sentido de modificá-la. Eis a validade teórica da filosofia da práxis, fundamentada na unidade entre filosofia e política, entrelaçando a conexão entre teoria e prática. A filosofia da práxis contém a superação da maneira acrítica de pensar, pressupõe a crítica do senso comum e elabora o bom senso, o pensamento crítico e reflexivo, a partir do senso comum, ou seja, não despreza o conhecimento empírico pulsante no meio popular, porque ele é uma forma de entender a realidade, ainda precária, mas necessária no processo de superação e construção do pensamento crítico que organiza a unidade entre teoria e prática.

A filosofia da práxis não busca manter os “simples” na sua filosofia primitiva do senso comum, mas busca, ao contrário, conduzi-los a uma concepção de vida superior. Se ela afirma a exigência do contato entre os intelectuais e os simples não é para limitar a atividade científica e para manter uma unidade no nível inferior das massas, mas justamente para forjar um bloco intelectual-moral que torne politicamente possível um progresso intelectual de massa e não apenas de pequenos grupos intelectuais. (GRAMSCI, 1999, p. 103)

O autor prega outra ação intelectual, vinculada organicamente às classes populares. Na sua concepção, da dialética intelectuais-massa, é necessário uma elite de intelectuais capaz de se distinguir, guiar, conduzir e organizar as massas. “Não existe organização sem intelectuais, isto é, sem organizadores nem dirigentes, ou seja, sem que





os aspecto teórico da ligação teoria-prática se distinga concretamente em um estrato de pessoas “especializadas” na elaboração conceitual e filosófica” (Gramsci, 1999, p. 104) Assim, a unidade entre teoria e prática representa a passagem da concepção mecanicista para a concepção ativista. Gramsci (1999) destaca ainda o papel das instituições (academias, escola, igreja e institutos culturais) como difusores da cultura, além dos jornais, revistas e atividade editorial.

5. CONCLUSÃO

Feita essa exposição sobre Gramsci, retomamos o diálogo com os Estudos Culturais na versão latino-americana (Martín-Barbero, 2009). A visada barberiana distancia-se da tendência de aceitar a supremacia dos meios de comunicação sobre a recepção, preconizada nas reflexões da Escola de Frankfurt, especialmente por Adorno e Horkheimer, segundo os quais o dominador impõe sua concepção de mundo ao dominado e este aceita passivamente os conteúdos ideológicos emanados pelos meios de comunicação. Para Martín-Barbero (2009), é necessário considerar os conflitos, as contradições e as diferentes formas de decodificação e a ressignificação dos conteúdos no processo de comunicação, observando a força da recepção na dinâmica dos fluxos midiáticos. Assim, a Teoria das Mediações (Martín-Barbero, 2009) prega o deslocamento da análise dos meios para as mediações culturais. Ele formula um protocolo metodológico para a análise dos fenômenos midiáticos, denominado “mapa noturno”, formado por momentos (matrizes culturais, lógicas de produção, formatos industriais, condições de recepção) e mediações (institucionalidade, tecnicidade, ritualidade e socialidade). No centro do “mapa noturno” os momentos e as mediações articulam-se ao núcleo comunicação/cultura/política.

A tese de Martín-Barbero (2009) sustenta o deslocamento dos meios para as mediações, ou seja, a produção e a recepção dos bens simbólicos emanados dos meios de comunicação passam por ressignificações e hibridismos que empoderam a recepção e refutam o poder unilateral dos meios no processo de construção da realidade. Nessa concepção barberiana, os estudos de Gramsci são fundamentais para construir um diálogo entre cultura, hegemonia e comunicação de massa, não mais na perspectiva da dominação passiva, mas no entendimento das práticas culturais da audiência, influenciada pela sua vivência cotidiana, religiosidade, ambiente comunitário e outras formas de sociabilidade que disseminam uma teia de conhecimento capaz de empoderar a recepção frente à produção, no contexto econômico e político que perpassa a configuração dos meios de comunicação.

As afinidades entre Gramsci e os Estudos Culturais de viés latino-americano são entendidas, fundamentalmente, no deslocamento dos meios para as mediações. Descolado da visão elitista de cultura, proposta por Adorno e Horkheimer, a proposição de Martín-Barbero (2009) vê nas práticas culturais o terreno fértil para as pulsações emancipatórias das classes subalternas. O leque de instrumentos de análise do autor também contempla





em parte os mecanismos de manipulação presentes nas teorias predominantes na *Mass Communication Research*. Ele reconhece a força da indústria cultural, mas incorpora, com base no conceito de hegemonia, as pulsações das audiências no campo tensional entre a produção e a recepção. Assim, a reprodução ideológica do capitalismo através dos meios de comunicação encontra resistência no campo de batalha onde se travam as lutas pela direção moral e intelectual da sociedade, em um constante processo de movimentação das forças econômicas, políticas e, sobretudo, das práticas culturais dos atores na disputa de poder. Assim, a compreensão do processo de comunicação passa a ter a cultura como a lente de ampliação. Nas suas práticas cotidianas, as audiências atuam mediadas por matrizes culturais, manejo de tecnologias, vivências societárias e relações institucionais.

Desse variado leque de formas de sociabilidade, o consumo dos bens simbólicos pode reforçar a posição do dominador ou construir avanços no processo de resistência, mas é, sobretudo, nas práticas culturais que se encontra o principal fundamento da formulação barberiana. O espaço da recepção é o lugar onde as classes subalternas elaboram seus significados e se constituem historicamente. O receptor, nessa forma de ver, não é apenas um mero decodificador e absorvente das vontades dominantes. Ele carrega consigo criticidade, poder de análise e capacidade de discernimento, entranhados nas práticas culturais cotidianas da audiência.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez lições sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo, 2003.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; FELIPPI, Angela. Jornalismo e estudos culturais: a contribuição de Jesús Martín-Barbero. **Revista Rumores**, v. 7, n. 14, p. 8-27. jul./dez. 2013.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a política e o estado moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

_____. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

_____. **Cadernos do cárcere**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999. 6v.

_____. **Cadernos do cárcere**. Vol. 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. 6v.

_____. **Cadernos do cárcere**. Vol. 4. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. 6v.

_____. **Cadernos do cárcere**. Vol. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. 6v.



HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução: Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

NOBRE, Marcos. **A teoria crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1999.



O CONCEITO DE HEGEMONIA DE GRAMSCI NO PROTAGONISMO DO ESTADO PARA O DELINEAMENTO DO CAMPO PÚBLICO DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL⁸

Melissa Silva Moreira Rabêlo, doutora Políticas Públicas (UFMA) e professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA

Resumo: Destaca-se os conceitos de hegemonia e indústria cultural no entendimento do delineamento do campo público de comunicação no Brasil. O papel do Estado como principal instrumento de articulação entre os entes públicos e privados no setor de radiodifusão no Brasil. Aponta-se o potencial papel democratizante dos meios de comunicação pública.

Palavras-chave: Hegemonia. Indústria Cultural. TV Pública. Radiodifusão.

Abstract: To introduce the concepts of hegemony and cultural industry to understand how the public field was configured in Brazil. The paper of state as main instrument to articulation public and privates sectors in the Brazilian's broadcasting system. The public's broadcasting paper is very important to democratization the sector.

Keywords: Hegemony. Cultural Industry. Public TV. Broadcasting.

1. INTRODUÇÃO

A experiência no setor de radiodifusão no Brasil mostra que durante os governos, os interesses de grupos econômicos e de políticos foram privilegiados em relação ao interesse do público, apesar da televisão e o rádio, desde o início, serem considerados um serviço público, explorado por meio de concessão outorgada pelo Estado. Assim, a televisão surge como um empreendimento comercial e somente 18 anos depois da inauguração da TV Tupi, surge a TV pública no Brasil, quando a televisão já estava consolidada como o mais importante instrumento da indústria cultural no país.

Pela própria configuração do campo da comunicação de massa estabelecido desde o início como negócio, a presença do interesse privado, em detrimento do interesse público, no setor é relevante. Com isso, a construção de uma lógica própria e hegemônica foi inevitável. Essa lógica contraditória, em princípio, é inerente à parcialidade do capitalismo, que com a inovação tecnológica garante, cada vez mais, a legitimidade do

⁸ Artigo oriundo das pesquisas realizadas durante o doutorado em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), intitulada "TV PRIVADA DE ACESSO AMPLO X TV PÚBLICA DE ACESSO RESTRITO: contradições das políticas de comunicação no Brasil", defendido em 2016.

sistema de dominação. A esfera econômica mantém predominância no processo histórico de expansão do capitalismo, o que demonstra que “o capital consegue impor sua lógica de expansão ao conjunto de uma sociedade, o que não se dá sem lutas e resistências, podendo advir tanto da própria lógica contraditória do capital” (BOLAÑO, BRITTOS, p. 50, 2007). Temos, portanto, que destacar que a expansão não se dá apenas da cultura de dominação, mas também de culturas de resistências, que se valem também da Indústria Cultural, mas sem muita voz e vez nesse espaço. A televisão pública no Brasil tenta por muito tempo se desvencilhar do ideal educacional que a caracterizou por longos anos, para apresentar uma modelo de televisão mais plural e ampla, adequada à nova realidade midiática permeada por tecnologias interativas.

Observando essas questões e a existência da dinâmica histórica da esfera pública burguesa é preciso agora compreender a posição ocupada pelos meios de comunicação de massa nesse processo, além da dinâmica estabelecida entre hegemonia, mídia e Estado.

2. Apontamentos sobre o papel do Estado no campo da comunicação no Brasil

É preciso traçar alguns paralelos acerca da concepção de Estado, já que este se apresenta como elemento fundamental nessa discussão. Isso porque, as políticas estabelecidas para o campo público de comunicação devem também ser percebidas como políticas de Estado, para que, de fato, se configurem como políticas sólidas para a criação, desenvolvimento e fortalecimento do setor.

O Estado moderno se apresenta como uma forma de organização de poder peculiar, que tem como principal diferenciação a progressiva centralização do poder, que permite entender de forma ampla as relações políticas. Os traços essenciais dessa concepção versam sobre o princípio da territorialidade e progressiva aquisição da impessoalidade do comando político.

A história do surgimento do Estado moderno é a história desta tensão: do sistema policêntrico e complexo dos senhorios de origem feudal se chega ao Estado territorial concentrado e unitário através da chamada racionalização da gestão do poder e da própria organização política imposta pela evolução das condições históricas materiais. (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1992, p. 426).

Os aspectos relativos à universalidade e à ruptura religiosa (que ainda regia a vida política do Ocidente) foram fundamentais para uma organização de poder, que estava em conformidade com os novos interesses políticos que começavam a se apresentar. O Estado como ordem política passa a se configurar.

A unidade de comando, a territorialidade do mesmo, o seu exercício através de um corpo qualificado de auxiliares “técnicos” são exigências de segurança e de eficiência para os estratos da população que de uma parte não conseguem desenvolver suas relações sociais e econômicas no esquema das antigas estruturas organizacionais e por outra individualizam, com clareza, na persistência do conflito



social, o maior obstáculo à própria afirmação. (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1992, p. 427).

Sendo assim, o Estado passa da concepção da ordem como hierarquia prefixada e imutável, para o estabelecimento de uma ordem de organização de poder, pautado em procedimentos técnicos preestabelecidos, regidos pela prevenção e neutralização de conflitos e, por fim, reconhecido como próprias pela estrutura social.

Buscando compreender o papel do Estado nas relações entre o público e o privado, vale ressaltar quatro funções desempenhadas pelo Estado contemporâneo, apresentadas por Bobbio; Matteucci; Pasquino (1992), na Teoria Marxista do Estado. Primeiro, a criação das condições materiais genéricas de produção; segundo, determinação e salvaguarda do sistema geral das leis que compreendem as relações dos sujeitos jurídicos na sociedade capitalista; terceiro, regulamentação dos conflitos entre trabalho assalariado e capital; quarto, e último, segurança e expansão do capital nacional total no mercado capitalista mundial.

Dessa forma, percebe-se toda a movimentação histórica do Estado na manutenção dos meios de comunicação de massa nas mãos do grande capital. Ele foi essencial articulador para esta realidade, e, ainda hoje, se apresenta como tal, deixando claro o papel fundamental da mídia no âmbito ideológico do poder.

Para termos uma ideia, tomamos como base a obra de Wilson Gomes (2004), intitulada *Transformações da política na era da comunicação de massa*, que descreve a evolução da relação entre os meios de comunicação e o Estado, indicando alguns modelos e o momento histórico em que cada um acontece.

Observa-se, principalmente, o primeiro modelo da relação entre a política e a comunicação de massa apresentado por Gomes (2004), que estabelece que a comunicação de massa existia basicamente na forma de imprensa. Ao se resgatar o momento de formação da esfera pública burguesa no século XVIII, o que se vê é a formação de uma imprensa de opinião como fundamental instrumento da esfera pública. Essa imprensa encontrava-se fora da esfera estrita da política do Estado Absolutista e era o objeto capaz de proporcionar a discussão pública, criticando as decisões políticas da época. Essa imprensa de opinião nasce, portanto, burguesa, no interior da própria esfera civil e servia para defender seus interesses, apresentando-se hostil à esfera restrita política e contra o Estado aristocrático. Gomes (2004, p.45), chama atenção que “nem por isso é um campo autônomo em face da política”, na verdade ela se constituiu a partir da necessidade de publicidade, já que a imprensa na ocasião era capaz de proporcionar a discussão pública da política realizada fora da esfera restrita da política.

Quando os burgueses conquistam o Estado e as esferas de decisão política, a relação estabelecida até então entre imprensa e Estado precisava ser reconsiderada. A questão da unânime hostilidade à esfera política restrita não pôde ser estabelecida mais nos mesmos termos, visto que a classe à qual a imprensa estava ligada era a mesma que



assumiu o controle do Estado contra o qual polemizava. Podemos considerar este o início da relação de interesses entre a burguesia, agora no controle do Estado, e os meios de comunicação de massa.

Com a conquista do Estado, as relações que começam a ser traçadas com a esfera política restrita promovem uma divisão nas esferas da própria classe burguesa. Grupos distintos no governo e na oposição surgem no interior da classe, o que os órgãos da imprensa e os partidos políticos também acompanham. O que antes era uma única imprensa que tornava público e acompanhava as ações do Estado, agora tinha em sua composição dois grupos distintos, um do governo e outro da oposição.

Mais uma vez é observado o início de outra importante relação que se encontra até hoje: a relação entre Estado e imprensa/mídia (meios de comunicação de massa). Relação também permeada de interesses e que ao longo do desenvolvimento do Estado democrático moderno, prevê a alternância de poder, a imprensa passa a se dividir entre periódicos governistas e periódicos de oposição. Gomes (2004) chama atenção mais uma vez a este aspecto, explicando que é por isso mesmo que a imprensa deixa de ser instrumento da esfera pública e representante de interesses da esfera civil.

Assim, percebe-se que os meios de comunicação de massa sempre estiveram relacionados a órgãos ou instituições civis, ora responsáveis em publicizar ações de um Estado aristocrático e absolutista, ora para promover a inclusão de uma esfera pública em decisões, antes restrita a uma esfera política, ainda servindo para possibilitar a discussão entre os atores sociais e, finalmente, comprometida com determinados interesses burgueses quando estes começam a participar do Estado.

O que se pretende aqui é adotar uma abordagem que demonstre como as relações travadas desde o início entre Estado e meios de comunicação privados, ainda são elementos de entrave para, por exemplo, um amplo processo de redemocratização do setor de comunicação, a própria regulação do setor, a participação efetiva da sociedade nos meios de comunicação de massa como agentes ativos, e não passivos, e a quebra do grande domínio hegemônico e ideológico promovido por esse sistema privado, em detrimento do público.

3. O papel da Hegemonia e os conceitos de indústria cultural

Buscam-se, nesse item, fundamentos nos estudos de Gramsci e alguns teóricos da Escola de Frankfurt, especialmente Teodor Adorno e Max Horkheimer, para se traçar uma discussão acerca dos conceitos de hegemonia e Indústria Cultural, que orientam os entendimentos sobre o papel dos meios de comunicação na sociedade. Isso é possível já que os teóricos anteriormente citados compreendem que o papel dos meios de comunicação nas sociedades contemporâneas tem importância relevante para a manutenção de interesses, dominantes ou não.

Com Gramsci entende-se a sociedade como um todo orgânico e unitário, explicada (mas não reduzida) a partir de uma base econômica, onde pode ser observada a

ação política e da própria hegemonia. O conceito de hegemonia se amplia em Gramsci em relação a Lênin, na medida em que não o liga apenas à sociedade política (responsável pelo monopólio legal da burocracia, da repressão e da violência, a partir de um conjunto de mecanismos), mas engloba a primazia da sociedade civil e o conceito de aparelhos de hegemonia, que, além do partido, apresenta todas as instituições da sociedade civil que mantêm relação qualquer na elaboração e difusão da cultura.

Esta sociedade civil é caracterizada por ser uma esfera intermediária que está entre o Estado, que diz representar o interesse público, e os indivíduos atomizados no mundo da produção. Esta é uma esfera pluralista de organizações, sujeitos coletivos, em luta ou aliança entre si. É o campo dos aparelhos privados de hegemonia, como aponta Gramsci. Segundo o autor, após o liberalismo, as instâncias ideológicas passam a ser algo privado em relação ao público. O Estado não determina mais a religião ou a visão de mundo. Agora, as igrejas, universidades, sindicatos, imprensa de opinião formam os aparelhos privados de hegemonia, em função da intensificação das lutas sociais, fazendo com que velhos aparelhos ideológicos do Estado agora se tornem autônomos, fazendo parte da sociedade civil, sendo portadores materiais de cultura, de ideologias.

Segundo as ideias de Marx sobre Estado, Gramsci determina uma nova visão para o conceito: o Estado no sentido restrito e o Estado no sentido amplo (Estado integral). Segundo Marx “o Estado é um órgão de dominação de classe, um órgão de opressão de uma classe por outra, é a criação da ordem que legaliza e consolida esta opressão, moderando o conflito de classes” (LENINE, 1980, p. 226), o que Gramsci chama de Estado restrito. Sua principal função seria a manutenção da divisão de classes, a fim de garantir os interesses da classe que domina as outras classes. Gramsci então desenvolve um conceito mais complexo e elaborado (Estado amplo ou integral), entendendo o Estado como força e consenso. Ou seja, mesmo estando a serviço da classe dominante, o Estado não se mantém apenas pela força e pela coerção legal, sendo necessário que esta dominação se desenvolva de forma mais sutil e eficaz. Para isso, deve se utilizar de diversos meios e sistemas que estão, aparentemente, fora da estrutura estatal coercitiva. Na concepção gramsciana o Estado “não é algo impermeável às lutas de classe, mas é atravessado por ela” (SIMIONATTO, 1995, p. 64). O Estado é um ser que tudo envolve, composto pela sociedade política e pela sociedade civil. Essa relação dialética, presente em cada formação social, constitui, portanto, o Estado ampliado de Gramsci.

Sendo assim,

Gramsci via a sociedade civil estruturada pelos aparelhos privados de hegemonia, como alternativa viável de produção de novas hegemonias emancipatórias, na medida em que subentendia um relativo equilíbrio entre esses aparelhos, da igreja à escola, dos sindicatos à imprensa de opinião ainda não totalmente comercializada (RAMOS, 2005, p. 62).

Gramsci afirma que “a hegemonia nasce da fábrica e necessita apenas, para ser exercida, de uma quantidade mínima de intermediários profissionais da política e da ideologia” (GRAMSCI, 2001, p. 248). Segundo o autor, a hegemonia de uma classe é

caracterizada a partir de sua capacidade de subordinar intelectualmente as demais, através basicamente da persuasão e da educação no seu sentido mais amplo. Para a conquista da hegemonia é necessário que essa classe se apresente como aquela capaz de representar e atender aos interesses e valores de toda a sociedade, obtendo, assim, o consentimento voluntário e a anuência espontânea que garantirá sua unidade. É importante também que esse bloco social se mantenha articulado e coeso. Com a sociedade civil, Gramsci indica outras instituições responsáveis pela disseminação de valores simbólicos e ideológicos, indispensáveis para manutenção da hegemonia, o que fortalece teoricamente a discussão realizada nesse estudo.

Se buscarmos ao longo da história as experiências brasileiras no campo da comunicação pública, notadamente a televisão, percebe-se uma grande fragilidade do setor, em comparação ao campo privado. Este conceito de hegemonia pautado por Gramsci nos faz compreender o posicionamento passivo da sociedade durante muitos anos, diante do avanço e fortalecimento da comunicação privada, já que os grupos dominantes (detentores da maioria dos canais de comunicação comerciais do Brasil) disseminam claramente valores simbólicos e ideológicos próprios, que são apropriados por todos como sendo seus. Segundo Enzensberger (2003, p.11)⁹:

Com o desenvolvimento das mídias eletrônicas, a indústria da consciência tornou-se o marca-passo do desenvolvimento socioeconômico das sociedades industriais tardias. Ela invade todos os outros setores da produção e assume cada vez mais funções de comando e de controle, determinando o padrão da tecnologia dominante.

Para Gramsci a questão da manutenção, ou conquista, da hegemonia está intimamente relacionada à utilização de instituições culturais que servem de repasse a uma ideologia dominante, como a Escola, a Igreja e os meios de comunicação, “demonstrando nesse momento que a direção desses aparelhos serve à dominação, por determinar um estado de passividade moral e política” (COUTO, 2003, p. 31). Esta relação é entendida “no sentido da hegemonia política e cultural de um grupo social sobre toda a sociedade, como conteúdo ético do Estado” (GRAMSCI, 2000, p.225).

Os meios de comunicação podem ser utilizados para esta manutenção hegemônica tanto devido a uma postura Estatal, escolhida pelo governo, quanto no exercício da manipulação por grupos privados de produção e exploração de bens culturais, como fica claro no caso brasileiro. Mas vale chamar atenção ao fato de que as classes subalternas também buscam a inversão para a classe hegemônica, e sob esta ótica, esta disputa deve se dar, além das esferas econômicas e políticas, na esfera cultural, dando significação aos meios de comunicação pública na sociedade contemporânea. Ou seja, os meios públicos (aparelhos de hegemonia) podem ser espaços legítimos para que as classes dominadas invertam sua posição em relação à estrutura hegemônica dominante dos meios privados, a partir da difusão de valores e ideologias próprias.

⁹ No livro **Uma teoria dos meios de comunicação**, desenvolve a conceito de Indústria da Consciência para denominar os meios de comunicação de massa.



Para o autor, seria possível constituir o cidadão por intermédio dos meios de comunicação, visto que estes constituem um dos elementos que possibilitam que a superestrutura inverta a hegemonia da estrutura. A mídia (utilizada aqui como sinônimo para meios de comunicação) surgiu como espaço de luta política fundamental na construção da contra-hegemonia.

O que Gramsci não antecipou foi o fato de que a imprensa iria se modificar de forma rápida e progressiva: os jornais de opinião logo iriam dar espaço aos jornais de massa, comerciais, e em pouco tempo, para um rádio e uma televisão igualmente massificados e muito mais financiados pelas instituições comerciais privadas. Isso porque os meios de comunicação são capazes de transformar rapidamente “mercadoria em ideologia, mercado em democracia, consumismo em cidadania” (RAMOS, 2005, p. 63).

Com os autores da Escola de Frankfurt¹⁰ surge o conceito de Indústria Cultural que busca diferenciar cultura de massa (oriunda da própria massa, para eles) e uma cultura própria dos meios de comunicação, imposta por eles. Tinha inicialmente uma concepção privada, ficando o Estado como espectador, porém, mais tarde, essa participação é ampliada como admitem os teóricos de Frankfurt. Dessa forma, trata-se agora da produção em série de padrões culturais “passando a exploração comercial dos chamados bens culturais a reforçar a dominação técnica, imposição do sistema, e a gerar passividade no público” (COUTO, 2003, p.35).

A crítica desenvolvida pelos frankfurtianos é oriunda de uma crítica ao Iluminismo que, por um lado, mostra o rompimento do homem com o mundo mágico, da emoção, por outro mostra que a utilização da razão e da tecnologia prende o homem, impossibilitando a evolução da sociedade. Nesse sentido, a racionalidade técnica, nos moldes capitalistas, não garante a autodeterminação dos indivíduos, pelo contrário, os submete à dominação econômica, os impedindo de ir contra o sistema estabelecido, surgindo daí o termo Indústria Cultural. A ampliação do intervencionismo estatal em conjunto com a transformação da ciência e tecnologia em progresso e bem-estar torna-se indispensáveis para o avanço do Estado capitalista moderno, alterando a forma de legitimação e poder.

É fato que a mídia é hoje o palco onde se desenvolve o espetáculo de interesses e se observa a participação ativa desta na construção da realidade. O poder econômico controla o poder midiático e os dois sobrepujam o poder político, o que nos permite observar a parcialidade clara e não aleatória de interesses. Isso pode ser considerado inclusive antidemocrático, visto que o poder político é eleito nas urnas, o poder econômico e midiático não.

⁹ Denominação genérica dada ao Instituto de Pesquisa Social, na cidade de Frankfurt, na Alemanha. Reuniu estudiosos que foram responsáveis pela produção de trabalhos importantes no âmbito da cultura e sociedade de massa, tendo como destaques: Teodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Herbert Marcuse, Jurgem Habermas, entre outros.



Dessa forma, observa-se que o caráter público intrínseco à mídia é a principal via de socialização de informações, mas o que se tem na realidade é esse espaço sendo dominado por interesses privados, por empresas privadas, o que desvirtua e contamina seu papel principal.

Para alguns autores, como Eugênio Bucci¹¹, o papel da comunicação desenvolvida por meios privados/comerciais de comunicação tem função fundamental de expressão social dentro de uma sociedade democrática. Mas somente estes veículos não suprem todas as necessidades da comunicação social. Neste momento, o papel dos meios públicos de comunicação se torna essencial, já que através deles se permite determinados aprofundamentos, o que não acontece com os canais privados devido ao seu modelo comercial. Para Bucci (2010), a TV pública deveria se especializar nas coisas que são incompatíveis com o modelo comercial de televisão: ser independente da audiência, independente de inserções de *breaks* comerciais, dentre outros.

Porém, o que vem sendo observado é a utilização da televisão como um dos principais meios de construção hegemônica, com destaque no que se refere à formação de percepções da realidade, formação de valores e condutas. A mídia seria inicialmente um instrumento neutro, que ao longo dos anos foi utilizada para legitimar certos aspectos de interesse da classe dominante (que envolvem vários motivos históricos), constituindo uma identidade manipuladora e individualista (voltada aos interesses de poucos), incapaz de ser formadora ou educadora.

É sabido que a lógica empregada pelos meios de comunicação remete à lógica do capital hegemônico desde seu surgimento. “Os meios de comunicação de massa têm acompanhado o desenvolvimento do modelo de produção capitalista desde o século XIX, como condição indispensável da expansão de tal sistema socioeconômico” (AZEVEDO *et al*, 2010, p.1).

4. CONCLUSÃO

Percebe-se, todavia, que as políticas de comunicação adotadas em toda essa trajetória se constituem em aperfeiçoamentos do Estado democrático de direito (Estado burguês), mas que não se preocupava em superar o modelo de produção e formação social capitalista.

Para Brittos; Bolaño (2005, p.7) é preciso entender o papel do Estado na Indústria Cultural. Eles afirmam que “no caso da informação e cultura, seu caráter de classe e sua função de suporte à acumulação do capital também precisam aparecer não como dominação, mas como expressão dos interesses gerais”.

¹¹ Eugênio Bucci é Jornalista, doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e professor do curso de jornalismo da mesma instituição. É ainda membro do conselho curador da Fundação Padre Anchieta (mantenedora da TV Cultura) e colaborador do Jornal O Estado de São Paulo e do site Observatório da Imprensa.

Na perspectiva de Bolaño, o Estado se apresenta como um capitalista coletivo ideal, o qual garante os interesses gerais do capital através da propaganda em contraposição aos interesses individuais, não só do capital concorrente como também dos grupos que disputam política e ideologicamente no âmbito do aparelho do Estado.

Assim, diante da dificuldade inerente à lógica capitalista de produção de informação que supere os interesses individuais, “o Estado constitui um aparato próprio na Indústria Cultural: os meios de comunicação públicos” (VALENTE, 2008, p. 09).

Assim, poderia-se apontar uma dupla personalidade dos meios de comunicação públicos: são aparelhos ideológicos, mas que, para cumprir esta função, precisam estar bem posicionados na organização da produção, distribuição e consumo de informação e cultura (VALENTE, 2008, p. 09).

Diante do caso brasileiro, o que se via era uma comunicação pública realizada pelo Estado com finalidades propagandísticas, com vistas à disseminação da ideologia dominante no intuito de obter consensos que legitimassem a essência desigual do sistema. Essa comunicação pública era realizada por emissoras do campo público, formado por canais educativos, universitários, comunitários e estatais, que mantinham relação de dependência política e econômica com as gestões governamentais.

Porém, esta ideologia não atravessa de forma linear a sociedade, ela é constituída pela luta de classes. Tanto nos meios de comunicação em geral, como, mais especificamente, na televisão.

Toda essa discussão ainda pode ser corroborada quando observamos que a ligação entre Estado e empresários remete à origem do próprio Estado. Na tradição marxista, o Estado é concebido como instrumento de dominação de classe, expressão da capacidade de uma delas se impor sobre o conjunto social.

Para apresentar as tendências das políticas públicas de comunicação no Brasil, observando o sistema público de comunicação, especificamente a televisão pública brasileira, torna-se necessário também apresentar pontos de discussão que remetam à relação entre o Estado e esses meios. Uma trajetória recente, mas marcada pelo jogo político e econômico do setor.

Vê-se muitas vezes certa confusão na fala do Estado quando se refere à questão pública. Quando anunciado a implementação de um sistema público de comunicação por parte do governo federal em 2007, o que se viu foi uma rede estatal já existente tomar o papel de uma possível rede pública de comunicação. Isso trouxe antigas divergências conceituais na compreensão do que seria público e o que seria estatal.

Segundo Silva (2001, p. 128):

O estado de direito burguês como a esfera pública, enquanto seus princípios constitutivos são meros artifícios ideológicos – aquilo que esta última promete não



pode ser conseguido enquanto subsistir a separação entre a sociedade civil e estado.

Precisa-se ainda atentar para a diferenciação entre público e estatal, uma vez que para que um sistema efetivamente público de comunicação se apresente como tal é necessária independência ideológica e econômica, principalmente. Sabe-se que público não é o mesmo que estatal. Público se refere à coletividade, destinado ao povo, para todos, já estatal é relativo ao Estado. E sabe-se, ainda, que nem público, nem estatal existiria sem o privado, mas o equilíbrio entre os modelos de radiodifusão (conforme orienta nossa Constituição) pode garantir certa democratização no campo da comunicação brasileira.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AZEVEDO, J. A. et al. **Políticas de comunicação e o Capitalismo no Brasil: uma relação de nunca acabar**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. Anais eletrônicos... Caxias do Sul: INTERCOM, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3091-1.pdf>>. Acesso em 09 mar. 2011.

BARROS, A. P. F. L. A importância do conceito de esfera pública de Habermas para a análise da imprensa: uma revisão do tema. **Universitas: Arquit. e Comun. Social**, Brasília, v. 5, n. 1/2, p. 23-34, jan./dez. 2008. Disponível em: <http://r.search.yahoo.com/_ylt=A0LEVzQu4aRXJZoA03hXNyoA;_ylu=X3oDMTEy2JnNWNyBGNvbG8DYmYxBHBvcwMxBHZ0aWQDQjI1MDJfMQRzZWMDc3I/RV=2/RE=1470452143/RO=10/RU=http%3a%2f%2fwww.publicacoesacademicas.uniceub.br%2findex.php%2ffarcom%2farticle%2fdownload%2f671%2f706/RK=0/RS=ptaduu96WYTF8KrNNEpa2qKDE1k->>. Acesso em: 23 mai. 2011.

BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de Política**. 4. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 1992.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 1990.

BRASIL. Medida Provisória n.º 398 de 10 de outubro de 2007. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 10 out. 2007.

BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder de hegemonia**, 2005. São Paulo: Paulus, 2005.

BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007.

BUCCI, E. É possível fazer televisão pública no Brasil?. **Novos Estudos Cebrap**, n. 88, p. 5-18, nov. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/nec/n88/n88a01.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2011.





CABRAL FILHO, A. V. Mercado às avessas: o público como parâmetro na regulação da atividade de comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais eletrônicos...** Santos: INTERCOM, 2007. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1256-1.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2010.

COUTO, C. A. A. de M. **Indústria Cultural e hegemonia**: o poder público e a produção e disseminação de bens culturais em São Luís do Maranhão. 2003. Dissertação (Mestrado)– Universidade Federal do Maranhão, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, São Luís, 2003. 177p.

ENZENSBERGER, H. M. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad, 2003.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**. v. 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2000.

GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere**, v. 4. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2001.

LENINE, Vladimir Ilich. **Obras escolhidas**. V.2. São Paulo: Editora Alfa-ômega, 1980.

RAMOS, M. C. A força de um aparelho privado de hegemonia. In: BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. (Orgs.). **Rede Globo**: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005. p. 57-76.

SILVA, F. C. da. Habermas e a esfera pública: reconstruindo a história de uma idéia. **Sociologia, problemas e práticas**, n. 35, p. 117-138. 2001. Disponível em: <<http://sociologiapp.iscte-iul.pt/pdfs/5/56.pdf>> Acesso em: 4 mar. 2010.

SIMIONATTO, I. **Gramsci**: sua teoria, incidência no Brasil, influência no Serviço Social. Florianópolis: Cortez, 1995.

VALENTE, J. Notas sobre a compreensão da TV Pública como aparelho de Estado na Indústria Cultural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais eletrônicos...** Natal: INTERCOM, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1393-1.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2011.



HEGEMONIA E CONTRA-HEGEMONIA NA CULTURA POPULAR DO MARANHÃO

Letícia Conceição Martins Cardoso, doutora em Comunicação (PUCRS), professora do Departamento de Comunicação Social da UFMA

Resumo

O artigo trata do movimento de construção da direção política na sociedade contemporânea, que implica complexas interações e empréstimos entre as culturas populares e hegemônicas. Não cabe mais pensar a relação entre as diferentes culturas, identidades e movimentos sociais a partir de um confronto bipolar e rígido entre essas formas culturais. Na prática, ocorre um jogo de intercâmbios e disputas entre elas, no qual a comunicação assume um papel importante no desenvolvimento de estratégias e táticas pelos sujeitos a fim de obterem um melhor posicionamento no mundo social. Assim, este trabalho visa entender como a prática cultural popular do Bumba meu boi, oriunda das camadas subalternas, vem interagindo com poder político hegemônico.

Palavras-chave: disputas de poder; hegemonia; contra-hegemonia; cultura popular; Estado do Maranhão.

Abstract

The paper discusses the movement of building political leadership in contemporary society, which involves complex interactions and borrowing between popular and hegemonic cultures. It is no longer possible to think about the relationship between different cultures, identities and social movements from a bipolar and rigid confrontation between these cultural forms. In practice, there is a play of exchanges and disputes between them, in which communication assumes an important role in the development of strategies and tactics by the subjects in order to obtain a better position in the social world. So, this work aims to understand how the popular cultural practice of Bumba meu boi, originating from the subaltern layers, interacts with hegemonic political power.

Keywords: power disputes; hegemony; counter-hegemony; popular culture; State of Maranhão.

1 INTRODUÇÃO

A dinâmica da construção da direção política nas sociedades atuais pressupõe complexas interações e empréstimos entre as culturas populares e hegemônicas. É ingênuo pensar a relação entre as diferentes culturas, identidades e movimentos sociais a partir de um confronto bipolar e rígido entre essas formas culturais e, também, numa relação dicotômica perante o Estado, baseada somente na dominação dos sujeitos pelo poder instituído.

Nesse sentido, este artigo tem o objetivo de entender como as culturas populares no Maranhão, especificamente a prática cultural do Bumba meu boi¹², oriunda das camadas subalternas e zonas rurais e/ou periféricas do estado, vem estabelecendo relações com o poder político hegemônico, reconfigurando seu processo de produção de sentidos e, em certa medida, constituindo movimentos contra-hegemônicos no contexto maranhense.

A simbologia dessa manifestação na cultura maranhense é demonstrada, entre outras coisas, pela sua abrangência em grande parte do território estadual, constituindo traço identitário de diversas comunidades: são 253 grupos de Bumba meu boi no Estado do Maranhão, segundo dados da Secretaria de Cultura do Maranhão – SECMA. Os Bumba-bois são as principais atrações culturais nos arraiais da capital durante o período junino, mas o ciclo do Boi nas comunidades de origem (confeção de indumentárias e instrumentos, ensaios, rituais de batismo e morte do Boi, produção de CDs etc.) ocorre o ano inteiro, tornando-se uma atividade cotidiana dos brincantes. Ou seja, fazer Bumba meu boi no Maranhão não se limita a se apresentar nas festas de São João, mas significa pertencimento, representa compartilhar uma visão de mundo, em que a arte se confunde e se mescla com o próprio cotidiano dos "brincantes" - praticantes desse fenômeno cultural.

Essa percepção do Bumba meu boi como elemento significativo da nossa cultura é recente. Por muito tempo, prevaleceu o preconceito e a arrogância das elites maranhenses em relação ao Bumba meu boi, historicamente uma forma subalterna de diversão do povo. As referências ao Bumba Meu Boi localizadas até agora no Nordeste datam de meados do século XIX, geralmente relacionadas com reclamações e pedidos de providências da política contra a perturbação da tranquilidade pública (CARDOSO, 2016).

Como uma prática cultural inicialmente abominada pelas classes dominantes passa a configurar um símbolo de identidade no Estado? No decorrer do texto, iremos tratar dessa conversão da cultura marginalizada ao reconhecimento oficial da manifestação, destacando estratégias de apropriação do Bumba meu boi pelo Governo do Estado (poder hegemônico) e ao mesmo tempo as resistências e táticas dos grupos de Bumba-boi (poder contra-hegemônico).

As análises aqui apresentadas baseiam-se em pesquisas anteriores¹³, de onde extraímos entrevistas realizadas com os "brincantes" (membros) de Bumba meu boi no Maranhão. Neste momento, no entanto, aproveitamos para estabelecer um diálogo mais próximo entre autores frequentemente acionados em nossas investigações como Néstor

¹² Bumba meu boi, também chamado Bumba-boi ou Boi, é uma expressão popular bastante diversificada no Maranhão, assumindo contornos de lazer, diversão, religiosidade, misticismo e drama. Festa que aglutina homens e mulheres, brincantes que cantam, tocam e dançam ao redor de uma armação de um Boi de brinquedo. Realizam uma dramaturgia que adquire interpretações diferenciadas de grupo para grupo, tendo sempre o Boi como figura central da encenação.

¹³ Por ocasião do mestrado (2006-2008), realizamos um estudo da gestão cultural nos Governos de Roseana Sarney no Maranhão, publicado em 2013 com o título "O teatro do poder: cultura e política no Maranhão". Durante o doutorado, produzimos a tese "As mediações no Bumba meu boi: uma proposta metodológica de estudo das culturas populares" (2016), um estudo sobre o processo de comunicação das culturas populares.



Garcia Canclini (1983), Jesus Martín-Barbero (2008) e Dênis de Moraes (2016) e o filósofo marxista Antonio Gramsci, operando especialmente com a categoria hegemonia.

2 A CENTRALIDADE DA CULTURA NA CONSTRUÇÃO DA HEGEMONIA

No mundo contemporâneo, o Estado já não consegue mais se estabelecer ou impor seu domínio apenas a partir de ações coercitivas ou da força física, dentre vários motivos, porque os processos de convergência cultural, as relações sociotécnicas e a globalização redimensionaram o papel dos Estados nacionais, possibilitaram maior transparência/visibilidade das ações estatais e também impulsionaram movimentos organizados dos cidadãos a fim de pressionar, regular e moldar o campo político. Tais movimentos podem ser entendidos como novas formas de atuação política. Assim, a força do Estado ou de qualquer grupo político na sociedade hoje em dia "cada vez mais se baseia em disputas ideológicas e culturais que influenciam e condicionam o imaginário social, a opinião pública, os sentidos de compreensão da realidade e as decisões eleitorais" (MORAES, 2016, p. 15).

É preciso conquistar o consenso social para estabelecer o poder sobre os sujeitos. O conceito de hegemonia de Antonio Gramsci, que lançamos mão como categoria central de nossa análise, implica a conquista do consenso e a liderança ideológica e cultural de uma classe sobre as outras. Na ótica do autor, a hegemonia é obtida e consolidada em disputas que comportam não apenas questões vinculadas à estrutura econômica e à organização política, como também, no plano ético-cultural, a expressão de saberes, práticas, modos de representação e modelos de autoridade que querem legitimar-se e universalizar-se (GRAMSCI, 2002).

Na prática, ocorre um jogo de intercâmbios e disputas entre os agentes sociais, numa arena de múltiplas relações de poder e contradições, tanto Estado quanto sociedade civil buscam configurar o mundo social segundo seus interesses. E a sociedade civil, de acordo com Gramsci (apud MORAES, 2016, p. 18), representa o conjunto das instituições responsáveis pela elaboração e circulação de ideologias (as concepções de mundo), sejam elas, o sistema escolar, a religião, os partidos políticos, os sindicatos, os meios de comunicação, as instituições científicas e artísticas, nas quais incluímos os movimentos culturais, como o Bumba meu boi no Maranhão.

Direcionando o olhar para nosso objeto de estudo, é inegável a força do Estado (ora representado pelo Governo do Estado, Prefeituras, agentes políticos) no processo de estabelecimento de consensos, mas não se pode ver os brincantes da cultura popular como meros sujeitos passivos, domesticados pelas ações estatais. Eles são sujeitos estabelecendo interações, que afetam o contexto social e também são afetados pelo entorno. Reconhecemos, portanto, a agência dos sujeitos da cultura popular.



O Bumba meu boi é uma forma de comunicação popular, que extrapola a noção de comunicação de massa e converge para o conceito de mediações, proposto por Martín-Barbero (2008), que associa o processo comunicativo à produção de sentidos e ao estabelecimento de relações entre os sujeitos num contexto cultural e político, logo, numa arena de disputas pelo poder.

Por essa perspectiva, é possível afirmar que todas as formas culturais no Bumba meu boi fazem parte de um processo de comunicação: a produção de toadas (canções), os instrumentos musicais e indumentárias, os espetáculos, os ensaios, todos os rituais que compõem a festa do Bumba meu boi servem para pensar os processos de ressignificação identitários, que vão além dos discursos sobre autenticidade, tradicionalidade e pureza da cultura popular. Os ritos e símbolos sagrados dessa prática cultural, suas interações com o campo político e com o mercado, seus produtos midiáticos (CDs, DVDs, espetáculos) são aspectos considerados atos comunicacionais de comunidades que detêm saberes tradicionais e elaboram novos arranjos não só para dialogar com o contemporâneo, mas também para estar e conquistar seu espaço no mundo. Desse modo, as mediações no Bumba meu boi, além de possibilitarem o compartilhamento de valores, ideias, sentimentos e o sentido de pertencimento ao grupo, também contribuem para o reconhecimento do Boi como uma identidade regional num cenário político de disputas por direitos culturais (CARDOSO, 2016).

Ao constituir forma de comunicação, o Bumba meu boi apresenta uma forte dimensão política: seja a política mais ampla, como traço imanente à vida social, quanto a que se define no jogo com o campo da política oficial. Desse modo, essa prática simbólica gerada no universo popular e religioso do maranhense também é gerada hoje nas relações que estabelece com o Governo do Estado, com a Prefeitura de São Luís, com deputados e vereadores, com a indústria cultural, com os meios de comunicação de massa, com o turismo, com as grandes empresas e possíveis patrocinadores.

Como ressalta Alvarez (2000, p. 25), “A cultura é política porque os significados são constitutivos dos processos que, implícita ou explicitamente, buscam redefinir o poder social”. E os agentes da cultura popular têm consciência do exercício de seu poder, o que é depreendido da fala do mestre Marcelino Azevedo, amo do Bumba boi de Guimarães, falecido em 2016:

este ano [2007] é ano de eleição, eles vão oferecer maior estrutura pra cultura popular, mas os outros anos eles esquecem que também são anos culturais. Eles visitam a gente com esse interesse político de levar a gente pra fazer campanha deles. Eles sabe que o grupo de cultura tem um contingente... Nós que tamo aqui com 130 pessoas, o político vai querer falar de um a um? Ele quer falar é com a pessoa coordenador do grupo, que aí ele tira alguma coisa. (Informação verbal)

Sendo a hegemonia resultado de confrontos e disputas permanentes pela conquista do consenso, o Estado constrói e mantém diversas estratégias para reafirmar sua capacidade de dirigir moral e culturalmente o conjunto da sociedade. No Maranhão, uma estratégia recorrente no âmbito do Governo Estadual é a aproximação com o campo cultural



e a apropriação política da cultura popular, dada a centralidade das culturas populares no processo de constituição de identidades do maranhense.

3 BUMBA MEU BOI: ALVO DE HEGEMONIA, POTÊNCIA DE CONTRA-HEGEMONIA

Segundo Gramsci (apud MORAES, 2016) a hegemonia nunca é aceita de forma passiva, estando permanentemente sujeita à confrontação. Embora os grupos políticos que comandam o Estado do Maranhão exerçam hegemonia sobre os grupos de cultura popular, esse processo não é pacífico, mas conflitivo e negociado. Um exemplo: como constatado em estudo anterior (CARDOSO, 2013), a gestão cultural nos Governos de Roseana Sarney, 1995-2002 e 2009-2014, no Maranhão, tendeu a se apropriar de expressões culturais populares, como o Bumba meu boi, fabricando símbolos identitários para o Estado.

Até os anos 1960, os grupos de Bumba meu boi eram constantemente expulsos das áreas nobres e centrais da capital São Luís à base de força policial. Para ultrapassar essas barreiras físicas, o Boi teve que se enquadrar em alguns padrões de normalidade das elites, além de contar com a ajuda de políticos, passando por um processo de "assepsia", em que elementos considerados grotescos, oriundos das culturas negras, sofreram adaptações. A figura de José Sarney é frequentemente apontada pelos brincantes como agente de intervenção no reconhecimento dos grupos de cultura popular (CARDOSO, 2013; 2016), numa narrativa quase mítica de valorização da cultura, reforçada pela mídia e por folcloristas, de que ele levou pela primeira vez as brincadeiras para se apresentar no Palácio dos Leões enquanto dirigia o Governo do Estado (1966-1970), num período em que era vigente a repressão às manifestações populares no Maranhão. Entendemos que esse reconhecimento oficial das culturas populares promovido por José Sarney pode ser interpretado não só como um ato de defesa da cultura das classes oprimidas da sociedade, mas também e, principalmente, como forma de legitimação do governante junto a esses segmentos populares e junto a seus pares intelectuais. Desde então, o bumba meu boi passa a ser apresentado como símbolo do Estado, inserido na programação dos atrativos turísticos do Maranhão, através de ações do Departamento Estadual de Turismo. O pagamento dos grupos consistia em alguns trocados, cachaça e convites para outras apresentações. José Sarney passou a ser considerado padrinho de diversas manifestações, sendo elogiado em várias toadas da época, como esta do Boi de Laurentino:

Deus conserve Zé Sarney
no palácio dos leão,
que tire seu tempo em paz,
livre das pressiguição
Jesus tá lá no céu,
na terra Senhor São João

Percebemos uma ressemantização dos conteúdos que faziam parte do processo criativo dos folguedos a partir da "reelaboração simbólica das suas relações



sociais” (CANCLINI, 1983, p. 43), ou seja, as novas relações com a política (e o novo status propiciado por ela) geram novas práticas, estratégias e novos sentidos na cultura. Ao divulgar o Bumba-boi como símbolo de identidade regional, José Sarney ajusta a política cultural do Estado-nação – que manipulou traços étnicos para convertê-los em símbolos nacionais – para a esfera regional. Assim, processo análogo ao que ocorreu com os fenômenos do futebol, do samba, do carnaval e com a feijoada no Brasil, acontece com o Bumba-meu-boi no Maranhão. Nestas situações, o poder político tende a mascarar as contradições e os conflitos presentes no elemento étnico, que ganha status de cultura nacional e eufemiza o seu status étnico originário (FRY, 1982).

Anos mais tarde (1995 a 2002, 2009 a 2014), a filha de José Sarney, Roseana Sarney, aperfeiçoa as estratégias desenvolvidas pelo pai no campo da cultura popular. Como identificamos (CARDOSO, 2013), há uma significativa ampliação burocrática dos órgãos de cultura no Executivo Estadual no primeiro governo de Roseana Sarney: de 9, passam para 17 unidades. Em 1999, observa-se um incremento ainda maior dos mecanismos de legitimação, através de órgãos de cultura, com 22 unidades oficiais, gerenciadas por Luís Henrique de Nazaré Bulcão, poeta, amigo da governadora e dirigente de um grupo de Boi, a Companhia Barrica Teatro de Rua.

Sendo o Secretário de Cultura oriundo da cultura popular, a primeira ação da gestão foi instituir em 1995 o instrumento do cachê¹⁴ para as manifestações culturais do Maranhão. Enquanto em governos anteriores, as brincadeiras aceitavam a cachaça e algum agrado¹⁵ do padrinho como pagamento pelas apresentações, a partir do Governo de Roseana Sarney, esse sistema de apoio sofisticou-se. O Estado realizou parcerias com grandes empresas, ALUMAR, VALE, TELEMAR, EMBRATUR, através da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) que, com recursos da renúncia fiscal, passou a subsidiar o calendário oficial dos festejos populares. Com a institucionalização do cachê, foi necessário realizar o cadastro oficial dos grupos populares, que significa estar legalmente registrado com personalidade jurídica e identificado junto num banco de dados do órgão de Cultura do Governo do Estado. Desse modo, em 1997, o Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho (ligado à Secretaria de Cultura) institui o cadastro oficial, ou seja, a obrigatoriedade do registro jurídico das manifestações culturais populares em troca de cachês pelas apresentações festivas (São João, Carnaval, Natal, Reveillon e outros).

Essas, entre outras estratégias promovidas pelo poder político hegemônico, contribuíram para a legitimação da governadora como a "protetora" da cultura popular do Maranhão, na esfera cultural, discurso bastante reforçado pelos meios de comunicação regionais. Cabe um parênteses de que a mídia pode ser usada como centro produtor e

¹⁴ Termo utilizado por agentes da Secretaria de Estado da Cultura para designar o pagamento pecuniário oficial do Estado aos artistas e grupos culturais, a cada apresentação.

¹⁵ Termo usado pelos brincantes para denominar a ajuda financeira que recebem dos padrinhos.



reprodutor de ideologias a favor de determinados grupos ou setores sociais, ora controlada por esses grupos, ora motivada por interesses econômicos, funcionando como verdadeiros "aparelhos privados de hegemonia" (GRAMSCI, 2000). No Maranhão, a política interfere diretamente na produção midiática. Durante seu mandato presidencial, José Sarney implantou o Sistema Mirante de Comunicação, "o maior grupo privado de comunicação do Estado do Maranhão", como define o próprio site da empresa. É formado pela Rede Mirante de Televisão (fundada em 15 de março de 1987), pelo Jornal O Estado do Maranhão e pela Rádio Mirante FM e Rádio Mirante AM (somando 19 emissoras). Mesmo aquelas empresas que não são ligadas à família Sarney, acabam muitas vezes sendo influenciadas pelo seu poder econômico. Desse modo, há um terreno propício para que a mídia convencional local seja um locus de controle, que não é totalizante, nem exclusivo, mas que direciona opiniões e interfere na construção dos consensos.

Nesse contexto, o caráter contestatório do Bumba meu boi acabou sendo atenuado por uma estratégia de poder que o elegeu como símbolo de identidade local. Essa eleição ressignificou o auto do Bumba meu boi (que até início do século XX servia de denúncia, momento em que população podia falar das desigualdades): hoje, a crítica política raramente aparece nas toadas, cedendo lugar cada vez mais à exaltação das belezas naturais, do amor, do próprio grupo e de seu padrinho político-financeiro e a temáticas genéricas como preconceito, drogas, ecologia, futebol. Por meio da hegemonia, a ação estatal abrandou o caráter contestatório do Bumba meu boi, investindo em práticas discursivas que transformaram o folgado em símbolo de identidade maranhense.

Os agentes assumem compromissos perante a administração pública, tanto para propagar a cultura local quanto para divulgar a imagem do político que os ajudou. Assim, o Bumba meu boi, expressão musical, cênica e de dança, originário das classes populares e periféricas, da cultura negra, perseguido e proibido, acaba sendo apropriado por políticos e pelas elites, aceito e veiculado midiaticamente como autêntico símbolo da cultura estadual, o Bumba foi introduzido em outros circuitos, ao ser incorporado pelo mercado de bens simbólicos e apropriado por ações estatais.

Marcelino Azevedo, amo do Boi de Guimarães, representante da cultura negra no Maranhão, reforça essa ideia ao contar sua experiência:

A gente novinho deixou na memória. [...] Já brincavam, mesmo escravos. O Boi nessa época não era como agora. Ele era reprimido e era proibido de brincar em algumas partes, em praça... Eles brincavam mais era no quilombo, eram tratado como baderneiro. É muito relativo isso. Depois, de uns tempos que eles [as elites locais] foram se acostumando e até quando eu comecei a brincar Boi [década de 50] eles já chamavam pra brincar na porta deles. Mas antigamente era um outro patamar. Hoje, não. O Boi tem que ser mais sofisticado. O vestiário dos brincantes tem que ser mais sofisticado. [...] Porque a gente saindo de Guimarães pra brincar um Boi aqui [na capital], a gente vai se encontrar com o turista (informação verbal).

O brincante reconhece que o Boi conquistou um novo espaço na cultura local, sendo não só aceito como requisitado pelas elites durante as festas juninas, mas também como representante do Estado do Maranhão em eventos oficiais nacionais e internacionais



e produto turístico que impulsiona a economia no Estado. No entanto, a moeda de troca para obter esse novo "patamar", foi "sofisticar" a brincadeira para atender as exigências do mercado turístico e dos compromissos políticos.

A apropriação do Boi pelo Estado, pelo mercado, pelas elites urbanas compõe um movimento de perdas e ganhos para a brincadeira. De um lado, "sofisticar" a brincadeira significa estar atento para novas questões como a renovação das indumentárias anualmente, a gravação de CD para expandir a circulação em rádios e outras cidades, cumprir horários rígidos nas apresentações, transformar as "brincadeiras" dos terreiros em espetáculos de palco nos arraiais urbanos, entre outros fatores que ressignificam as relações comunitárias e familiares, as solidariedades tradicionais dos brincantes. Enfim, a experiência do brincante com seu fazer cultural passa a ser reconfigurada por relações contratuais, pelo tempo e espaço urbanos, pela lógica da sociabilidade em massa. Do outro lado da moeda, está o novo "patamar" alcançado pelo Bumba meu boi, que pode ser traduzido na maior visibilidade que a manifestação adquiriu na sociedade local e nacional, na cultura como fonte de trabalho e de renda para a comunidade, na profissionalização dos sujeitos, na possibilidade de os grupos de Boi tornarem-se espaços estratégicos de acesso às políticas públicas do poder executivo, como é o caso da política dos Pontos de Cultura promovida pelo Ministério da Cultura.

O Bumba meu boi tornou-se uma forma híbrida do popular (CANCLINI, 2011), em que uma cultura tradicional, de origem popular, periférica e rural, une-se sincreticamente a diversas modalidades de cultura urbana e massiva. O amo Marcelino Azevedo explica que para colocar em prática seus saberes e tradições - oriundos de uma experiência rural e subalterna -, tem que pensar também em questões financeiras, materiais, contratuais e de produção da cultura - oriundas da experiência urbana e massiva. Só para transportar o seu grupo de Bumba-boi, formado por 88 membros, da cidade de Guimarães para a capital, precisa contratar dois ônibus em São Luís:

Eu pago 18 mil reais de carro pra trabalhar uma temporada [junina] pra mim, e ganho 35 mil [por 10 apresentações no São João do Governo do Estado]. Ainda têm os instrumentos, as roupas. Eu que mando fazer tudinho: seja bordar, fazer Boi, tudo é pago! Não dá! E ainda tem a comida do pessoal aqui (informação verbal).

Apesar dessas reelaborações simbólicas e materiais, percebemos que os brincantes não só são apropriados pelo Estado e pelo mercado, mas também fazem apropriações da indústria cultural, da política e de outros circuitos com que dialoga em seu processo produtivo. Várias Leis foram acionadas por conta de lutas por direitos culturais demandas pelo movimento organizado do Bumba meu boi, mas também da articulação dos grupos junto a agentes políticos específicos (vereadores, deputados, prefeitos, secretários, governadores) que têm influência nos processos de decisão. Exemplos: Lei Municipal 4.544/2005, Dia do Brincante; Lei 4.487/2005, institui o nome da Avenida São Marçal, padroeiro do Bumba boi maranhense; a Lei 4.806/2007 intitula o Bumba boi Patrimônio Cultural Imaterial da cidade de São Luís; a Lei Federal 12.103/2009 estabelece o Dia





nacional do Bumba meu boi (30 de junho). A agência dos brincantes é um indicativo de que exercem algum poder junto à política oficial, ainda que relativizado e não comparado ao peso do poder estatal. Esse fato, junto a outros identificados em nossa pesquisa, sugere que não se deve falar numa simples dominação do Estado sobre a cultura popular, mas num jogo de disputas e trocas, em proporções diferenciadas, em que brincantes são sujeitos conscientes de seu poder político e desenvolvem táticas contra-hegemônicas, no sentido atribuído por Gramsci.

A ideia de contra-hegemonia de Gramsci considera diferentes formas de luta, inclusive abrangendo as formas não propriamente políticas e econômicas como atividades significativas na causa revolucionária da sociedade, podendo surgir de várias formas e oriundas de focos diversos (MORAES, 2016, p.22). Ações contra-hegemônicas constituem instrumentos para criar uma nova forma ético-política, que denuncie e tente reverter as condições de subalternidade e marginalização impostas a muitos segmentos sociais pelo capitalismo. Trata-se de apresentar argumentações e valores alternativos às lógicas dominantes, aprofundando o conhecimento da realidade e a fim de desconstruir a racionalidade e historicidade dos modos de pensar (MORAES, 2016, p. 22). O bumba meu boi apropria-se do capital cultural como pode e elabora suas condições de vida através de uma interação conflitiva com outros setores (CANCLINI, 1983, p.43-44), a partir do cotidiano de trabalho dos setores populares. Assim, apesar da força da política oficial que interferiu no teor das toadas, ainda há composições que apresentam crítica e contestação a acontecimentos pontuais do campo da política e da cena cultural local, um exemplo é a toada "Politricagem partidária", de Humberto, gravada em 2010, que denuncia a politicagem ("politricagem"), aqui entendida como uma prática política acionada por interesses pessoais e troca de favores:

O touro do Maracanã
Quando urra
Acontece coisas
Que faz vergonha se contar
Bumba-boi já tem
politricagem partidária
descaracterizando a cultura popular
Contrário rolou,
Dividiu, multiplicou
Quando tira os nove fora
O zero tem mais valor...

Reconhecendo-se um agente político, o antigo líder do Boi de Maracanã, Humberto de Maracanã, falecido em 2015, negociava benefícios para sua comunidade:

o bumba-boi vem de um povo sofrido, esse povo dificilmente tiveram condição de crescer financeiramente. Alguns melhoraram alguma coisa, mas é o mesmo povo humilde, assalariado. Aí, eles vêm e pedem. Na medida do possível a gente resolve. É um remédio... Quando o pessoal chega e vai pra casa a gente reconhece as dificuldades que eles passam, então a gente tem o cuidado, né, de dar pra cada um levar um provimento pra tomar um café em casa, outros querem remédio, um é pescador que tá com a canoa esbandalhada; outro é lavrador, tá precisando ajeitar a roça, alguma coisa a gente ajuda, tudo a gente faz. Até porque ele se desloca lá da



casa dele e vem pra cá prestigiar pra dar essa força, vem somar, então isso sensibiliza a gente (informação verbal).

Os agentes de Bumba meu boi podem ter uma participação política atuante, desenvolvendo táticas de transformação da sua realidade social, como relata Humberto:

A gente foi tentando ver se conseguia fazer alguma coisa na comunidade: criamos uma escolinha, a comunidade é servida de saúde, tem o posto de saúde, tem água encanada, nós temos uma escolinha comunitária que funciona lá na sede, e o forte mesmo é o Boi, através do Boi é que a gente conseguiu manter essa relação forte com a comunidade e lá fora.

O Boi de Maracanã, enquanto instituição, buscou conseguir o Posto de Saúde do bairro, o sistema de abastecimento público de água, a implantação da Escola Comunitária São João Batista, que é mantida com recursos do Boi, a construção do "Viva Maracanã" (praça pública com infraestrutura para shows), oficinas de bordado e percussão para a comunidade, entre outras ações de interesse não só para o Boi enquanto manifestação ou festa popular, mas para os cidadãos do bairro. Os brincantes entendem que a dimensão comunicacional do Bumba meu boi se expressa também como uma forma de atuação política (não partidária), como é possível inferir da fala do comunicador do Boi, Malvino Maia:

O Boi é a maior referência cultural do Maracanã. É também um meio de divulgação do bairro, é um atrativo financeiro pra região. Por exemplo, nos nossos ensaios, temos a venda de bebida na Associação e também damos muita cachaça e conhaque pras pessoas. A alimentação você sabe que a gente distribui mesmo, já é uma tradição. Mas ali, ao redor da nossa festa, também ficam muitos comerciantes, vendendo sua cervejinha, seu churrasquinho, lanche, fogos de artifício... Tudo por causa do Boi. Então, eu entendo que isso é uma forma de retorno social pra comunidade que mora ali e que é tão carente. Tem também o Viva Maracanã [espaço público para eventos], que é mantido pela Associação, a gente empresta quando algum morador quer fazer um aniversário, um casamento... O que a gente quer em troca? Só que a população participe do nosso Boi (informação verbal).

Várias atividades são desenvolvidas no bairro e muitas pessoas vão visitar o lugar por causa do Boi, que se apresenta como um mediador das relações na comunidade de Maracanã. Os fluxos de recursos financeiros e de pessoas gerados em decorrência do processo produtivo do Boi (seus ensaios, festas, projetos sociais) constituem, na visão do comunicador, uma contrapartida social pela participação da comunidade na brincadeira. Concebemos o Bumba meu boi além de uma importante referência identitária para diversas comunidades no Maranhão, uma forma de mediação das políticas públicas estatais, originada na e para a sociedade civil, uma possibilidade de resistência das classes populares, um movimento potencialmente contra-hegemônico.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hegemonia pode ser reelaborada num movimento contínuo e gradual de forças contrapostas, num longo processo de resistências e pequenas vitórias cumulativas, a partir



da produção e circulação de conteúdos críticos que levem à reflexão e ao desmascaramento da realidade social, promovendo um rearranjo ou pelo menos uma alteração no que parecia estável e imutável, como nos ensina Moraes (2016) a partir da obra de Gramsci. Por mais que os movimentos dissonantes não obtenham o consenso, nem a divisão social de mundo segundo seus interesses, é preciso acreditar que os movimentos contra-hegemônicos são capazes de pelo menos reduzir o risco da permanente subordinação aos setores dominantes. Insistir na contra-hegemonia possibilita o surgimento de modelos alternativos ao sistema capitalista atual, ao sistema de gestão da cultura no Maranhão, pois uma hegemonia, por mais poder econômico e político que possua, jamais será total, exclusiva e inquestionável. Citamos como exemplo várias iniciativas de economia sustentável, de ações colaborativas, retorno a formas comunitárias de vivência em centros urbanos, campanhas de questionamento de padrões estéticos e de consumo e, no caso em estudo, o movimento do Bumba meu boi no Maranhão, que vem resistindo, dinamizando-se e atualizando-se há séculos na sociedade maranhense. Desde sua origem, o Bumba meu boi é híbrido: teve que aprender a negociar desde cedo, seja articulando a cultura opressora do colonizador às culturas de etnias oprimidas, seja conciliando suas interfaces sagrada e profana, num processo nada simples ou pacífico com a política oficial e com o mercado. Como buscamos explicar, o Bumba-boi ainda é uma forma de resistência e de "trincheira" (para usar um termo dos boieiros). Embora tenham perdido elementos étnicos e contestatórios, numa difícil e conflituosa negociação com os setores hegemônicos, aqui representados pela política e pelo mercado, os grupos de Boi assimilaram que eles são um forte elemento da identidade maranhense, da visualidade do estado e até do campo legislativo, a exemplo das leis que fortalecem um calendário cultural da cidade tendo o Boi como referência.

Isso contribui para tornar o Bumba meu boi um movimento cultural de peso, que estabelece uma nova forma de institucionalidade, caracterizada pela articulação da sociedade civil ou como uma experiência coletiva não enquadrada nas formas partidárias, como descreveu Martín-Barbero (2008, p. 286). Assim, quando o assunto é reivindicar por direitos e melhorias sociais, o Boi pode ser considerado um novo agente político no Maranhão.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, Sonia; DAGNINO, Evelina; ESCOBAR, Arturo. **O cultural e o político nos movimentos sociais latino-americanos**. In: Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 4 ed., 5 reimp., 2011.

CARDOSO, Leticia Conceição Martins Cardoso. **O teatro do poder: cultura e política no Maranhão**. São Luís: EDUFMA, 2013.





_____. **As mediações no Bumba meu boi do Maranhão:** uma proposta metodológica de estudo das culturas populares (tese de Doutorado). Rio Grande do Sul, PUC-RS, 2016.

FRY, Peter. **Para inglês ver:** identidade e política na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere** - Literatura. Folclore. Gramática. Apêndices: variantes e índices. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

MORAES, Dênis de. **Crítica da mídia e hegemonia cultural.** 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.

Entrevista concedida para esta pesquisa por AZEVEDO, Marcelino. São Luís: 09.10.2012.

Entrevista concedida para esta pesquisa por MAIA, Malvino José de Alencar. São Luís: 07.02.2015.

Entrevista concedida para esta pesquisa por MENDES, Humberto Barbosa. São Luís: 10.05.2014.