

Estratégias de resistência à mídia hegemônica

Adílson Citelli

Professor Livre-Docente no Departamento de Comunicações e Artes da ECA-USP.

Chefe do Departamento de Comunicações e Artes

E-mail: citelli@uol.com.br

Livro elabora um vasto estudo dos movimentos de rebeldia em diferentes partes do mundo em busca de uma comunicação democrática

John Downing, professor no Departamento de Rádio, Televisão e Cinema da Universidade do Texas, EUA, vem se dedicando a uma linha de pesquisa original voltada ao estudo das manifestações contra-hegemônicas das mídias. Saindo dos limites da ação convencional dos velhos e novos veículos de comunicação, aqueles fortemente determinados pelas lógicas corporativas, comerciais ou de interesses propagandísticos dos donos do poder, Downing investiga as ocorrências e formas de manifestação midiáticas que rompem ou colocam sob suspeição os mecanismos, digamos, oficiais de comunicação.

No livro *Mídia radical*¹, Downing e seus colaboradores, Tamara Villarreal Ford, Genève Gil e Laura Stein, elaboram um vasto estudo dos movimentos de rebeldia em diferentes partes do mundo e buscam, pela comunicação, saídas democráticas de ampliação da participação popular: as rádios e televisões comunitárias; a imprensa alternativa, o acesso e livre circulação das informações através da internet; as estratégias de resistência contra regimes fechados e/ou ditatoriais. Em cada uma destas variáveis são estudados casos exemplares que podem envolver o Committee for Labor Access, a Paper Tiger Television, a Deep Dish Television, que, com seus problemas internos, buscam ou buscaram elaborar modelos de televisão comunitária nos Estados Unidos, com significativa repercussão nacional; o jornal *Il Manifesto*, as rádios *Popolare* (Milão), *Controradio* (Florença), os quais na Itália construíram desenhos próprios de produção e circulação das informações; o uso da *net*, que tem permitido ao movimento zapatista (<http://www.ezln.org>), desde a região de Chiapas, desqualificar o noticiário quase sempre desfavorável ao EZLN – Exército Nacional de Libertação Zapatista, veiculado pelos grandes jornais e cadeias de televisão do México.

1. DOWNING, John D. H. et al. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac, 2002. 544 p.

Os casos se multiplicam e cabe, aqui, apenas indicá-los para que se tenha a percepção da riqueza e variedade do material discutido no livro.

Escrito em linguagem simples e sem afetação acadêmica, *Mídia radical* fixa, contudo, referentes conceituais importantes para se pensar uma série de temas que circundam teoricamente o campo da comunicação. Fixemos três deles:

AUDIÊNCIA

Para a comunicação corporativa, oficial, audiência é termo que remete, quase diretamente, a leitores, espectadores, ouvintes vistos e tratados segundo estratégias de mercado, de anunciantes, de empresas afeitas ao negócio que circula pela indústria da cultura. “Em troca de pagamento, as empresas de mídia buscam oferecer aos anunciantes os olhos e ouvidos das audiências, no sentido aqui dos grupos de consumidores com poder de compra.”²

O escape, na perspectiva do livro em tela, é o de trabalhar na direção da *audiência ativa*, aquela capaz de elaborar as mensagens e não ser vista ou tratada, simplesmente, como reativa ao que a ela se oferece.

Pela óptica da mídia radical, as audiências não estão à disposição do mercado de informação, vale dizer, não significam apenas o ponto de retorno para bens e serviços; a elas cabe redirecionar o jogo, transformando mecanismos de persuasão e sedução em arrêtes de poder.

MÍDIA

Downing e seus colaboradores ampliam significativamente o conceito de mídia. Aqui não se está falando apenas de televisão, rádio ou jornal, mas igualmente do teatro de rua – em que é lembrado o nosso Augusto Boal –, da dança, dos grafites, da moda, da fotomontagem, do cartaz, do mural, do *button*, poderíamos acrescentar, dos(as) cara-pintadas, do *rap*, etc. Vale dizer, audiências ativas geram comunicação sem que, necessariamente, existam mediações e suportes técnicos. Tal viés permite-nos pensar a mídia radical como um vasto processo, seja de apropriação e transformação dos veículos tradicionais, seja de ativação de outras formas comunicativas ajustadas a uma perspectiva socialmente transformadora e capaz de afirmar os objetivos das minorias silenciadas sobre os interesses que aliam, hoje, poder e mercado.

COMUNICAÇÃO

Audiências ativas integradas a mídias colocadas a serviço da sociedade e não de grupos corporativos requisitam um conceito de comunicação afinado a princípios dialógicos e interativos. Neste aspecto, Downing lança mão de Paulo Freire e Mikhail Bakhtin para encontrar uma visão convergente da linguagem e do discurso, portanto, dos procedimentos comunicacionais, que

2. Ibid., p. 38.

se afastam da monossemia e da monologia normalmente exercitadas pelas mídias hegemônicas.

Propor a mídia radical, contra-hegemônica é, portanto, um ato de redefinição e reorientação dos processos comunicativos tanto nos aspectos conceituais e operacionais quanto nas implicações sociais que possuem.

O livro em exame é contribuição importante para se evitar a tentação de reduzir o termo comunicação ao que circula sob forma dominante nas empresas midiáticas.

Resumo: O artigo propõe uma reflexão sobre a obra *Mídia radical. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*, de John D. H. Downing, o qual investiga as ocorrências e formas de manifestações midiáticas que rompem ou colocam sob suspeita os mecanismos oficiais de comunicação. Escrito em linguagem simples e sem afetação acadêmica, o livro mostra que, ao se propor uma mídia radical, contra-hegemônica, está se processando um ato de redefinição e reorientação dos processos comunicativos. É uma contribuição importante para se evitar a tentação de reduzir o termo comunicação ao que circula sob forma dominante nas empresas midiáticas.

Palavras-chave: mídias, contra-hegemonia, comunicação, estratégia de resistência, audiência.

Abstract: This article proposes a reflection on the book *Mídia radical. Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais* (Radical Media. Rebellious Communication and Social Movements), by John D. H. Downing, who investigates the occurrences and ways of media manifestations that break or put under suspicion official engines of communication. Written in simple language and without academic mannerism, the book shows that, when a radical media (contra-hegemony) is proposed, it is being processed as an act of redefinition and reorientation of communicative processes. It is an important contribution to avoid the temptation of reducing the term communication to the sense that is dominantly used in media companies.

Keywords: media, contra-hegemony, communication, resistance strategy, audience.