

Reflexões sobre a economia política da comunicação e da cultura no século XXI

Leonardo de Marchi

ALBORNOZ, L. A. (org.). (2011).

Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación.

Buenos Aires: Paidós. 280 p.



Resumo: Reunindo textos de autores referenciais de diferentes escolas da economia política da comunicação e da cultura (EPCC), esta coletânea apresenta um conjunto de reflexões que visa projetar a EPCC no século XXI. Tratando de temas como o conceito de “indústrias criativas” e dos diálogos teóricos e metodológicos entre a economia política e os estudos culturais. Busca-se desenvolver uma renovada agenda político-tecnológica que dê conta dos novos desafios para a produção, distribuição e consumo de informação e de bens culturais no capitalismo contemporâneo.

Palavras-chave: economia política da comunicação e da cultura; indústrias culturais; transformações do capitalismo no século XXI

Abstract: Reflections about the Communication's political and cultural economy on 21st century.

By gathering texts from referential authors of different schools of political economy of Communication and culture (PECC), this collection presents a set of ideas aimed at projecting

the PECC into the 21th century. Addressing issues such as the concept of “creative industries”, theoretical and methodological dialogue between political economy and cultural studies, the book seeks to develop a renewed political and technological agenda that takes into account the new challenges for the production, circulation and consumption of information and cultural goods in contemporary capitalism.

Keywords: political economy of communication and culture; cultural industries; transformations on the 21th century capitalism

A economia política da comunicação e da cultura (EPCC) apresenta um interessante paradoxo. Por um lado, sua perspectiva crítica em relação à organização dos mercados de telecomunicações e das artes a destaca de outras abordagens nos estudos de comunicação. Por outro, um olhar sobre as publicações que saem sob sua rubrica revela uma diversidade de autores, objetos de pesquisa, escolas de pensamento e metodologias que, não raras vezes, torna difícil o reconhecimento da própria EPCC. Assim, há uma preocupação constante em sistematizar essa produção dispersa. Dessa forma, é possível encontrar um número expressivo de coletâneas sobre o tema em que distintos autores apresentam suas mais recentes pesquisas ou preocupações. No entanto, *Poder, medios, cultura*: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación, compilação de artigos inéditos organizada por Luis Alfonso Albornoz, Professor Universidade Carlos III de Madri (Espanha) e sócio fundador e presidente da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (ULEPICC), traz uma oportuna novidade. Nesta obra, autores representativos de diferentes escolas¹ se propõem um objetivo comum, o de refletir sobre o estado da arte dessa plataforma crítica.

O livro é organizado em quatro seções distintas as quais apresentam, não obstante, certa complementaridade. Assim, as partes I e III objetivam revisar a produção existente e, a partir dela, propor novos horizontes de pesquisa. A primeira parte apresenta um mapeamento dos estudos de EPCC realizado por dois de seus mestres, Ramón Zallo e Vincent Mosco. Em seus artigos, ambos relacionam novas nomenclaturas do campo às “tradições” dessa abordagem e apontam os temas mais urgentes a serem tratados na atual reestruturação do capitalismo. O último capítulo retoma algumas das preocupações apresentadas anteriormente, discutidas por Luis A. Albornoz, Delia Cровi Druetta e César S. Bolaño, a fim de construir uma renovada agenda de pesquisa político-tecnológica que dê conta das relações de poder que permeiam a transformação das indústrias culturais e dos mercados de telecomunicações.

Os capítulos II e III propõem instigantes discussões desde o ponto de vista teórico e metodológico. Os artigos de Philip Schlesinger, Gaëtan Tremblay e Enrique Bustamante, no segundo capítulo, apresentam uma contundente crítica ao termo “indústrias criativas”.

1 - A saber, a norte-americana, representada pelos canadenses Vincent Mosco e Gaëtan Tremblay, a latino-americana, com Micael Herschmann, César Bolaño (Brasil) e Delia Cровi Druetta (México), além das europeias, que contam com nomes como o de Armand Mattelart (França), Philip Schlesinger (Reino Unido), Enrique Bustamante, Ramón Zallo, Francisco Sierra (Espanha), além do próprio organizador, quem se coloca na interseção dos estudos europeus e latino-americanos.

Esses autores dedicam-se a apontar as inconsistências teóricas de um conceito impreciso² e os perigos para o futuro da produção de cultura nas sociedades pós-industriais. Afinal, o tom economicista do debate sobre cultura retira dos fóruns de cultura o epicentro da deliberação sobre políticas de comunicação e de cultura, transferindo-o aos fóruns de comércio, cuja preocupação reside não tanto na preservação de identidades locais ou na democratização do acesso à informação e aos bens culturais, mas na competitividade de uma economia criativa nacional no mercado de bens simbólicos globalizado.

O terceiro capítulo aborda o consumo cultural. Tradicionalmente desconsiderado pela EPCC, o destaque concedido a este tema deve ser lido como uma ousada proposta de renovação teórico-metodológica. Isso porque autores distintos como Armand Mattelart, Micael Herschmann e Francisco Sierra coincidem em fazer um convite à reaproximação da economia política com os estudos culturais. Mais do que um elogio à interdisciplinaridade, este gesto de “retomada das negociações” revela a preocupação de somar abordagens que considerem o sentido das ações dos agentes àquelas marcadas pela rigidez estruturalista, característica da abordagem da economia política.

É interessante notar, ao longo da leitura, como autores tão distintos coincidem em alguns pontos, como a renovação da agenda de pesquisa e a revisão teórica e metodológica. A repetição desses temas revela um momento especial em que pensadores consagrados convidam à renovação do pensamento crítico no campo da comunicação. Esse é, afinal, seu grande mérito. *Poder, medios, cultura* não quer consagrar nem sua disciplina nem seus autores, mas projetar a EPCC no século XXI.

Leonardo de Marchi é doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor da Faculdade de Comunicação Social do Centro Universitário Fundação Oswaldo Aranha (UniFOA) (Volta Redonda, RJ).

leonardodemarchi@gmail.com

2 - Não existe uma definição propriamente dita para “criatividade” nos documentos e discursos oficiais, mas, sim, a reunião de um conjunto amplo e distinto de atividades econômicas, cuja conexão é a capacidade de gerar produtos protegidos por direitos de propriedade intelectual (*copyright*).