

Apontamentos sobre comunicação e movimentos populares

Pedro Carrano

A comunicação é um dos exemplos mais contundentes da necessária unidade entre as organizações da classe trabalhadora, por um projeto político para o país.

Na história recente de protestos das massas populares na América Latina, como foi o caso da Assembleia Popular dos Povos de Oaxaca ou “Comuna de Oaxaca”, no sul do México (em 2006), ou então na luta pela derrubada do presidente Lucio Gutiérrez, no Equador (em 2005), os meios de comunicação contribuíram para a organização popular, tiveram papel decisivo na convocatória às ruas, quando a apropriação desta ferramenta foi colocada na ordem do dia pelas organizações da classe trabalhadora. Os meios de comunicação tornam-se então um espaço fundamental na luta de classes? O outro lado não nos deixa dúvidas: o atual golpe em Honduras e a tentativa na Venezuela (em 2002) contaram com a mídia empresarial na linha de frente.

No México, a Assembleia Popular dos Povos de Oaxaca (APPO), coordenou a toma de 13 estações de rádio em uma mesma madrugada. À época, a APPO e povo oaxaqueño organizaram-se em barricadas, uma forma de proteção para evitar o ataque de grupos paramilitares contra as antenas das estações ocupadas. Conduzida pelos universitários, a Radio Universidad, cumpriu o papel de articular o povo nas ruas contra a Polícia Federal Preventiva (PFP), romper o cerco da mídia corporativa e fornecer informações para as organizações internacionais solidárias.

Ao longo da luta, as mulheres organizadas na APPO protagonizaram a ocupação do canal 9 estatal de televisão. A partir de marcha pacífica, reclamavam um espaço para narrar o outro lado de uma história que as principais redes transmissoras criminalizavam. Receberam as portas fechadas, então resolveram ocupar a televisão e construir, elas mesmas, a nova grade de programação, com o apoio do restante do movimento (estudantes, professores), uma vez que os técnicos da emissora debandaram.

No Equador, em 2005, na mobilização que resultou na queda do presidente Lucio Gutiérrez, a população organizava-se em torno da rádio La Luna, que naquele momento aglutinou o movimento, convocando as manifestações noturnas concentradas na capital, Quito. Ainda que os protestos tenham sido puxados por setores da classe média capitalina e, além disso, os camponeses e indígenas não tenham tomado parte na derrocada de Gutiérrez, a relevância da ferramenta da mídia é o que nos interessa analisar neste caso.

Ferramenta em disputa na luta de classes, a mídia adquire papel central no projeto de dominação política sobre os trabalhadores. A favor do golpe de Estado em Honduras, a mídia corporativa continua operando, enquanto qualquer meio de comunicação dissonante foi fechado. Um dos principais jornais hondurenhos chama-se El Herald, uma espécie de filial do Miami Herald estadunidense, uma mostra da submissão das elites centro-americanas.

Há elementos semelhantes com o processo da Venezuela, em 2002. Naquele momento, a partir do golpe de Estado dos empresários do setor petrolífero, o bloqueio midiático e a contra-informação lançada para o mundo narrava que o povo estava nas ruas contra Chávez, quando era exatamente o contrário o que acontecia. Isso exigiu da população

articular-se rapidamente, o que resultou no fato de que hoje cursos de jornalismo popular, jornais e rádios de bairro multiplicam-se pelos morros de Caracas. Apesar de Chávez ser acusado de limitar a “democracia” na Venezuela, ferramentas concretas de comunicação estão sendo democratizadas.

Ao longo do governo Lula, a mídia corporativa, ao lado dos partidos PSDB e DEM, posiciona-se na vanguarda do processo de ataque ao governo, mesmo nas situações em que o empresariado é beneficiário ou quando as políticas do governo Lula apontam para conciliação entre as classes – o que dificulta uma análise do governo e da sua real política econômica. No caso dos projetos de exploração do pré-sal, para citar um exemplo, os meios de comunicação O Globo, Veja e Estadão analisam o projeto do governo como se fosse a retomada pura e simples do monopólio estatal. “Um projeto estatizante!”. Um ataque que se configura como ideológico, uma vez que os representantes das multinacionais do setor não compartilham integralmente a leitura dos meios de comunicação. Defendem o modelo anterior de exploração, atacam a Petrobras como operadora dos poços do pré-sal, mas sabem que os projetos do governo não chegam a retomar o monopólio do período Vargas, de 1953 - o que, em última análise, viria de um processo de força e pressão das ruas.

À burguesia não interessa focar as relações sócias de produção, mesmo em seus jornais mais qualificados e de conteúdo, como é o caso do jornal Valor Econômico. A mídia empresarial pode falar, por exemplo, da exploração dos bolivianos em São Paulo, mas não vai revelar que na ponta da exploração da força de trabalho dos imigrantes estão empresas como a rede de lojas C&A. O limite, para a mídia corporativa, é sempre a defesa dos interesses da propriedade privada dos meios de produção. O trabalho escravo é um crime para todos eles. Isso é um fato. Porém, a produção do agronegócio é a saída para a nossa economia. Então as ocupações de terra do MST são um crime passível de um castigo muito maior.

A mídia foca as greves enquanto um prejuízo para o restante da “população”, do “cidadão”, ou nem isso: do “consumidor”, um conceito evocado para encobrir a sua posição de classe, uma crítica que o Centro de Mídia Independente (CMI) vem apontando desde o seu surgimento. Por isso a comunicação popular tem lado. O lado da classe trabalhadora, e não os dois lados e a neutralidade pregados nos cursos de jornalismo. O resto é ideologia.

Apenas por meio da comunicação popular e comprometida com a classe trabalhadora, é possível recuperar a perda da “experiência”, no sentido que coloca Walter Benjamin. No caso da mídia, para ficar mais claro, a espetacularização e as notícias produzidas em série, como mercadorias, não permitem a experiência concreta, a compreensão da história como um processo, produzem apenas fetichismo e informações alienantes. Qualquer página ou portal na internet, com suas milhares de notícias inúteis, demonstram o que estamos dizendo.

Comunicação, unidade, mobilização

A comunicação é um dos exemplos mais contundentes da necessária unidade entre as organizações da classe trabalhadora, em torno de um projeto político para o país. Se as diferentes organizações e setores da classe investissem em um jornal unitário, disposto a pautar um projeto da classe trabalhadora e atingir as massas, teríamos um jornal

semelhante ao La Jornada mexicano: um jornal de esquerda com presença nas bancas, um dos mais lidos no México. O La Jornada, de certo modo, ganha relevância a partir do levante zapatista e mexicano de 1994, o que indica que talvez somente um reasenso das lutas no Brasil crie as condições e a necessidade de uma ferramenta massiva e unitária de mídia.

Desde 2003, temos a experiência do Brasil de Fato, jornal pautado por uma agenda da classe trabalhadora e dos movimentos sociais, a partir de suas lutas e bandeiras acumuladas (o que cunhamos como o “Projeto Popular para o Brasil”). O Brasil de Fato se coloca para além de ser o órgão representante de um único partido ou corrente. Apesar de ser uma das poucas iniciativas neste sentido, vem sofrendo muitas dificuldades e necessita ser colocado como prioridade na agenda das organizações.

A internet tem se revelado uma ferramenta importante utilizada pelo movimento social, a partir de espaços como as agências de rádio online – caso da Rádio Agência NP e Agência Chasque – e também sites como Adital, Carta Maior, Repórter Brasil, Instituto Humanitas Unisinos (IHU), Fórum, Correio da Cidadania e a própria Agência Brasil de Fato. No campo sindical, a Revista do Brasil é distribuída mensalmente para 360 mil trabalhadores filiados a sindicatos.

Cabe ainda estudo sobre em que medida a internet e estes veículos alternativos (sites, blogs, etc) alcançam a classe trabalhadora e podem, somados, oferecer uma alternativa contra o monopólio da televisão e das rádios comerciais. É certo que há um desgaste do velho panfleto da porta de fábrica, mas, por outro lado, em que medida os trabalhadores se apropriaram destas ferramentas? Em um país como Honduras, onde os blogs cumprem o papel de lançar informação para fora, já que internamente menos de 10% da população acessa a internet.

É preciso que estas reflexões sobre a mídia se convertam também em instrumento para mobilização e militância.

Militância e comunicação

No trabalho de base cotidiano, temos o desafio de formar comunicadores ou informantes populares a partir de locais de trabalho e moradia. Na falta da posse de rádios ou TVs, temos que lançar mão de meios artesanais (panfletos, por exemplo), o que aponta para um trabalho unido entre comunicação e militância. Por outro lado, em espaços que poderiam fornecer uma estrutura para este trabalho de base, como é o caso dos sindicatos, diretores sindicais contratam jornalistas profissionais, o que abre um abismo: uma vez que raramente o jornalista é militante e, o pior, a militância sindical e popular não está preparada para produzir material e dialogar com a sua base. Então, o material é produzido bem elaborado no seu formato, mas sem este vínculo com o trabalho de base e com a própria base social.

O Exército Zapatista de Liberação Nacional (EZLN), do México, possui uma experiência acertada neste sentido, em que pesem as dificuldades políticas que o exército zapatista enfrenta na atual conjuntura. O EZLN conta com a comunicação oficial do movimento (por meio dos comunicados do Subcomandante Marcos) e possui, ao mesmo tempo, camponeses e indígenas capacitados, por meio das Juntas de Bom Governo, nas bases zapatistas, para ter o acesso à comunicação e escrever informes,

denúncias, comunicados, etc. Comunicam-se sem a pretensão do formato perfeito e bem acabado, mas avançam no empoderamento e socializando a voz do movimento.

O acesso à comunicação segue sendo uma das bandeiras concretas dos movimentos populares. Como vemos, é possível a construção de formas alternativas e meios de comunicação pela classe trabalhadora e a necessária de unidade das organizações nesta construção. O que em momento algum significa abdicar da necessidade de confrontar e buscar limitar as ferramentas apropriadas pelo capital. Como a experiência recente dos povos nos demonstra, apenas a nossa vontade não é o determinante, mas vai ser sim a luta nas ruas.

- Pedro Carrano, repórter do jornal Brasil de Fato
Colaborou Cesar Sanson (Cepat), e Manoela Lorenzi (Consulta Popular)

Fonte: Brasil de Fato, <http://www.brasildefato.com.br>