

## Comunicação (nem motor, nem freio) para o desenvolvimento

---

2011 . Ano 8 . Edição 67 - 20/09/2011

**José Marques de Melo**



Durante muito tempo, o binômio comunicação-desenvolvimento foi pensado assimetricamente, suscitando controvérsias. A certeza instituída era a de que a mídia só prospera onde existe desenvolvimento.

Essa verdade perdurou até o momento em que o cientista canadense Harold Innis defendeu tese diversa. Ele demonstrou que, historicamente, os meios de comunicação exerceram papel indutor do desenvolvimento.

Surgiu daí a sacada genial de Marshall McLuhan: “o meio é a mensagem”.

Contudo, a vigência dessa idéia só se daria com a publicação dos resultados da pesquisa feita por Daniel Lerner, em países do Oriente Médio, comprovando que comunicação e desenvolvimento são irmãs siamesas. Trata- -se de variáveis interdependentes. Uma pode acelerar ou frear a outra.

Comparando o desenvolvimento das sociedades do ocidente europeu, na era das navegações marítimas, e das sociedades do meio-oriente, na idade dos argonautas planetários, sua pesquisa evidenciou que, em contextos distintos, inverte-se a relação causa-efeito. Se o desenvolvimento econômico acionou o desenvolvimento da comunicação no cento europeu, a comunicação funcionava inversamente no caso periférico. Ali, o dinamismo sócio-econômico ancorou-se basicamente na difusão de símbolos e valores modernizantes veiculados pelos meios de comunicação de massa.

Partindo dessas premissas, Wilbur Schramm formulou a estratégia da “comunicação para o desenvolvimento”. Adotada pela Unesco, ela prosperou nos países sub-desenvolvidos, no período pós-guerra. Nessa equação, cabia ao desenvolvimento dos meios de comunicação o papel de acelerador do desenvolvimento sócio-econômico, “queimando etapas” no processo de socialização cultural. A hipótese testada foi a de converter a mídia em agência de educação a distância.

Coube posteriormente a Raúl Prebisch, diretor da Comissão Econômica para a América Latina (Cepal), equilibrar a equação. O economista argentino usou o argumento de que os dois fatores – comunicação e desenvolvimento – atuam concomitantemente, dependendo da ação indutora do Estado.

Atento ao papel relevante desse terceiro fator, o pesquisador boliviano Luis Ramiro Beltrán teve o mérito de implementar a proposta cepalina. Concebendo a doutrina das “políticas nacionais de comunicação”, embasado na teoria da dependência, ele transformou pensamento em ação. Acolhido pela Comissão MacBride da Unesco, esse “pragmatismo utópico” enraizado na escola latino-americana de comunicação vem sendo testado desde os anos 1970, com resultados animadores.

A questão foi introduzida na agenda brasileira, já nos anos 1960, pelo economista

Roberto Campos. Influindo para que fosse assimilada pelo Estado autoritário, ele convenceu os comandantes militares a investir na infra-estrutura das comunicações, modernizando e ampliando estradas, portos e aeroportos, além de implantar as infovias (telecomunicações). Beneficiadas pela atualização tecnológica, as empresas midiáticas passaram a difundir mensagens modernizadoras, naturalmente filtradas pelos detentores do poder.

Quando as turbulências do mercado financeiro internacional produziram “curto circuito” em toda a engrenagem da economia, o fantasma da inflação galopante voltou a povoar o imaginário brasileiro.

A experiência traumática induziu ao ceticismo acadêmico em relação ao tripé mídia-economia-política, instaurando uma espécie de imobilismo investigativo.

Apesar de sua inclusão episódica na agenda nacional, o problema volta a adquirir importância nesta conjuntura em que o Estado decide acelerar o desenvolvimento, mas não obtém a participação ativa da sociedade. Esse impasse é certamente motivado por um sistema de comunicação gerido pelas demandas da elite, insensível às aspirações dos contingentes que estão situados nos patamares subalternos.

O panorama se agrava com a indiferença da academia. A verdade é que a pesquisa em comunicação vem crescendo exponencialmente nas universidades brasileiras, mas ainda não configura um acervo cognitivo sintonizado com as políticas nacionais de comunicação, educação e cultura. Na medida em que os pesquisadores sejam abastecidos por informações contínuas que espelhem o avanço dos sistemas nacionais de comunicação, suas lideranças sentir-se-ão motivadas a produzir conhecimento socialmente utilitário, deixando de mimetizar a agenda dos países hegemônicos, de costas voltadas para os cenários brasileiros.

---

**José Marques de Melo**, Professor-Emérito da Universidade de São Paulo, Diretor da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação e Presidente da Socicom.