

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ



Ano 15 | Nº 28 | 1º Semestre 2008 | E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

Globalização e
Comunicação Internacional

28

LOGOS

28

Globalização e
Comunicação Internacional

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 **Logos: Comunicação & Universidade** - Vol. 1, Nº 1 (1990)
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
- Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos. 4. So-
ciologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio de
Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Maria Christina Paixão Maioli

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

João Luís de Araujo Maia

VICE-DIRETOR

Ricardo Ferreira Freitas

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Luiza Helena Sampaio Corrêa Mariani

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Manoel Marcondes Machado Neto

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Vinícius Andrade Pereira

LOGOS - EDIÇÃO Nº 28

Logos: Comunicação & Universidade (E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITORA TEMÁTICA

Profa. Dra. Sonia Virgínia Moreira

EDITOR EXECUTIVO

Prof. Dr. Carlos Alexandre Moreno (ERP)

EDITOR WEB

Prof. Dr. Fernando Gonçalves

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO

Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (CNRS-França), Hérés Arnt (UERJ), Ismar de Oliveira Soares (USP), Luis Custódio da Silva (UFPB), Márcio Souza Gonçalves (UERJ), Michel Maffesoli (Paris V - Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Université de Montpellier), Patrick Wattier (Université de Strassbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ), Alessandra Aldé (UERJ) e Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira.

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista *Logos*
A/C Prof. Dr. Carlos Alexandre Moreno (ERP)
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2587-7829. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Pina Brandi

DIAGRAMAÇÃO e CAPA

Marcos Maurity | Escritório de Relações Públicas (ERP | FCS | UERJ)

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Pina Brandi | Escritório de Relações Públicas (ERP | FCS | UERJ)

REVISÃO

Profa. Dra. Sonia Virgínia Moreira

Apresentação

- 7** **Sonia Virgínia Moreira**
A comunicação internacional no contexto da globalização

Dossier

- 10** **Cees J. Hamelink**
A política de comunicação global
- 26** **Cees J. Hamelink**
A política de comunicação global - parte II
- 42** **José Marques de Melo**
MacBride, a NOMIC e a participação latino-americana na concepção de teses sobre a democratização da comunicação
- 60** **Sonia Ambrosio de Nelson**
A “guerra contra o terror”: mídia e terrorismo na Indonésia, na Malásia e em Cingapura
- 73** **Eula Dantas Taveira Cabral**
Estratégias de internacionalização da mídia brasileira
- 84** **Joseph Straubhaar, Jeremiah Spence, Karen Gustoffsen, Maria Rios, Fabio Ferreira, and Vanessa Higgins**
Comparative Analysis of Information Society Discourse and Public Policy Responses in the United States and Brazil

Conexões

- 105** *Olhares internacionais: correspondentes sediados no Rio de Janeiro*

Resenhas

- 119** **Kaarle Nordenstreng**
Um marco no grande debate da mídia
- 124** **Daniel Martins de Lima Silva**
Globalização, comunicação e democracia: dos conglomerados ao ativismo de mídia
- 132** ***Orientação editorial***

Apresentação

A comunicação internacional no contexto da globalização

Sonia Virgínia Moreira¹

Os conceitos que tratam do processo de globalização, originários da economia a partir da década de 1980, se aplicam para a comparação e análise de alguns paradoxos ainda hoje presentes no campo da comunicação internacional. Assim como uma ‘nova ordem econômica’ versou sobre a mundialização dos negócios, na área da comunicação o desequilíbrio na circulação de informação entre países industrializados e em desenvolvimento deu origem a intensos debates internacionais que resultaram no documento oficial que tratava de uma ‘nova ordem da informação e da comunicação’. Assuntos como internacionalização e transnacionalização, analisados inicialmente no domínio dos estudos econômicos e das relações internacionais, migraram para o núcleo das pesquisas comunicacionais na mesma década de 1980.

Alguns autores identificam quatro linhas básicas para a interpretação do fenômeno da globalização: “(a) globalização como uma época histórica; b) globalização como um fenômeno sociológico de compressão do espaço e tempo; c) globalização como hegemonia dos valores liberais; d) globalização como fenômeno socioeconômico” (Prado, s/d). É também nos estudos econômicos que está a origem de outro conceito usado para explicar a forma como se estabeleceram as relações entre ‘centro e periferia’, com a divisão do mundo distribuída entre centros econômicos desenvolvidos (como Estados Unidos e países da Europa ocidental) e países periféricos (produtores de economia primária). No setor da comunicação, os primeiros assumiram o papel de geradores de informação e os últimos se transformaram em consumidores da produção midiática dos países industrializados.

O impacto da globalização no campo da comunicação é expressivo no âmbito da indústria de mídia, em especial no que diz respeito à propriedade dos meios de comunicação de massa. Os conglomerados midiáticos se expandem em escala global, o que significa que a audiência cresce de maneira proporcional à padronização gerada pela fusão de empresas que passaram a produzir simultaneamente notícia, entretenimento e conteúdo para a web.

O fluxo da informação entre países e culturas se mantém como importante elemento de debates na comunidade internacional de pesquisadores de comunicação. Sob esse aspecto se destacam investigadores da Europa e dos Estados Unidos. São poucas as contribuições da América Latina e ainda mais reduzida a participação de pesquisadores do Brasil em uma discussão que é de interesse de todos – produtores, especialistas e público dos meios de comunicação.

Os artigos que integram esta edição dedicada ao tema Globalização e Comunicação Internacional expressam a realidade dos estudos contemporâneos sobre o assunto. Não é por coincidência, portanto, que os cinco textos, as duas resenhas e os depoimentos dos correspondentes internacionais no Rio de Janeiro, selecionados para este número tragam em comum um mesmo fio condutor: a questão do equilíbrio no fluxo da informação e de produtos midiáticos. A política de comunicação global é o foco do artigo de abertura assinado pelo Dr. Cees Hamelink, da Universidade de Amsterdã, autor com extensa produção teórica, que há vários anos coordena pesquisas e é responsável pela disciplina Comunicação Internacional na sua instituição. A participação da comunidade latino-americana na elaboração do Relatório MacBride no final da década de 1970, representada pelo colombiano Gabriel Garcia Márquez e pelo chileno Juan Somavia, é recuperada no artigo de José Marques de Melo, da Universidade de São Paulo e diretor da Cátedra Unesco no Brasil. A jornalista Sonia Ambrósio de Nelson avalia a influência de poderes políticos, econômicos e culturais na cobertura midiática do terrorismo em três países asiáticos. O artigo do professor Joseph Straubhaar, em co-autoria com estudantes de doutorado na Universidade do Texas em Austin, é uma contribuição importante para os estudos comparados entre o Brasil e os Estados Unidos, ao abordar a questão da inserção digital da população nos dois países. O artigo de Eula Dantas Taveira Cabral, resultados de pesquisa realizada para o doutorado, analisa algumas das estratégias de internacionalização de meios de comunicação brasileiros.

A oportunidade de reunir em um único volume a produção científica com autores de origens tão distintas constituiu uma forma de incentivar a sistematização desse conhecimento que continua disperso, à espera da contribuição dos investigadores de comunicação no Brasil.

Referências Bibliográficas

PRADO, Luiz Carlos Delorme. Globalização: notas sobre um conceito controverso. Instituto de Economia da UFRJ, sem data.

PREBISCH, Raúl. The Latin American Periphery in the Global System of Capitalism. *Cepal Review* nº 13, April 1981, p. 143-150.

¹ Editora temática desta edição da *Revista Logos*; professora adjunta da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, onde atualmente oferece a disciplina ‘Tópicos Especiais em Comunicação: Comunicação Internacional, Regional, Local’ no Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Diretora de relações internacionais (triênio 2005-2008) e coordenadora do Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom.

Dossier

Globalização

e Comunicação Internacional

A política de comunicação global

***Cees J. Hamelink**

Professor de Comunicação Internacional na Universidade de Amsterdã e professor de
Mídia, Religião e Cultura na Universidade Livre de Amsterdã.

Resumo

Nos últimos 150 anos a comunicação global tem sido uma preocupação importante na agenda da comunidade internacional. A comunicação global nos anos 90 confrontou a arena política mundial com interesses complexos e controversos, que demandaram soluções por meio de negociações multilaterais. Um importante desafio para o século XXI é a inclusão de atores da sociedade civil global nesse processo de negociação.

Palavras-chave: comunicação global; comunidade internacional; sociedade civil global

Abstract

Over the past 150 years, global communication has developed into an important concern on the agenda of the international community. Global communication in the 1990s confronted the world political arena with complex and controversial policy concerns that demanded resolution through multilateral bargaining. A major challenge for the 21st century is the inclusion of actors from global civil society in these bargaining processes.

Keywords: global communication; international community; global civil society

Os três domínios substantivos

Desde os meados do século XIX, a comunicação global tem sido uma preocupação importante na agenda da comunidade internacional. Nos últimos 150 anos, os atores nesse campo (governos, empresas comerciais e associações profissionais) têm criado e adotado regras (pela legislação e por auto-regulação) e instituído práticas que estabelecem limites e incentivos para as suas condutas. Durante todos esses anos, os domínios substantivos da política de comunicação global permaneceram essencialmente os mesmos. Eles englobam os campos da telecomunicação (incluindo agora a comunicação de dados), os direitos de propriedade intelectual e a comunicação de massa.

Em geral, as questões centrais da política atual de comunicação devem ainda ser procuradas nesses três domínios. Avanços técnicos têm obviamente incluído novas dimensões a essas questões. Na área de telecomunicações, as principais questões continuam a envolver acessibilidade, distribuição e confidencialidade. Hoje a questão da acessibilidade se refere não somente à telefonia básica, mas também às redes avançadas de computador. Além de frequências e taxas de instalação, a questão da distribuição hoje envolve os nomes dos novos campos de domínio para o uso da internet.

A questão da confidencialidade tem crescido em urgência pela proliferação global de redes, pelas atividades de coleta de dados e as novas formas de vigilância eletrônica. As questões no domínio da propriedade intelectual adquiriram maior urgência com a aplicação de tecnologias que facilitam a cópia de material e os direitos autorais em larga escala. No domínio dos conteúdos da comunicação de massa, a controvérsia principal ainda está na tensão entre conteúdos nocivos e discurso livre. Por isso a regulamentação de conteúdo na internet é hoje uma nova e urgente questão na agenda da política da comunicação global. Esta é iniciada, retificada, debatida e praticada por meio de uma variedade de fóruns multilaterais, incluindo organizações governamentais e não-governamentais.

Instituições multilaterais distintas têm se responsabilizado por assuntos específicos. A comunicação global nos anos 90 confrontou a arena política mundial com interesses complexos e controversos, que demandaram soluções por meio de negociações multilaterais. Um importante desafio para o século XXI é a inclusão de atores da sociedade civil global nesse processo de negociação.

Os primórdios

A política de comunicação global surge em meados do século XIX nos domínios das telecomunicações, dos direitos de propriedade intelectual e da comunicação de massa.

Telecomunicações

Em 1868, Heinrich von Stephan, um oficial sênior da administração postal da Confederação da Alemanha Ocidental, elaborou proposta para uma União Postal Internacional. Esse plano foi submetido pelo governo do seu país a uma conferência plenipotenciária que ocorreu, em Berna, a convite do governo

suíço, no dia 15 de setembro de 1874. Os 22 países presentes na conferência fundaram, pelo Tratado de Berna, a União Postal Geral¹.

O tratado dessa convenção entrou em vigor no dia 1º de julho de 1875. Em 1878, o nome da organização foi alterado para União Postal Universal. A conferência de Berna de 1874 introduziu normas e regras básicas que valem ainda hoje. Entre elas estavam a garantia de liberdade de trânsito nos limites do território da União e a padronização de taxas a serem coletadas por cada país para itens de postagem de cartas endereçadas a qualquer parte do território da União.

Até 1865 sentiu-se a necessidade de se substituir uma multiplicidade de acordos internacionais bilaterais, trilaterais e quadrilaterais por um acordo multilateral. Naquele ano, a França foi convidada pelos Estados europeus para uma conferência internacional que se tornou o encontro fundador da União Internacional de Telegrafia (17 de maio de 1865). Com o estabelecimento desse precursor da atual União Internacional de Telecomunicação (ITU), o primeiro tratado a lidar com a comunicação mundial foi então adotado: a Convenção Internacional de Telegrafia. O texto original do tratado da convenção declarava que os signatários desejavam: assegurar para o seu trânsito telegráfico as vantagens de tarifas simples e reduzidas, melhorar as condições da telegrafia internacional e estabelecer uma cooperação permanente entre si, embora mantendo sua liberdade de operação².

A convenção adotou o Código Morse como o primeiro padrão internacional de telegrafia. Entre as normas adotadas estavam: a proteção ao sigilo de correspondência, o direito de todos usarem a telegrafia internacional e a rejeição da responsabilidade total para os serviços internacionais de telegrafia. As partes contratantes também se reservaram o direito de cancelar qualquer transmissão que considerassem perigosa para a segurança do Estado ou que violassem as leis nacionais, a ordem pública ou a moral.

Direitos de Propriedade Intelectual

O encontro de Berna da Sociedade Internacional Artística e Literária adotou o projeto de um tratado multilateral intitulado Convenção para o Estabelecimento de uma União Geral para a Proteção dos Direitos de Autores em Trabalhos Artísticos e Literários.

Esse projeto foi enviado a “todos os países civilizados” por meio do Conselho Federal da Confederação Suíça, com o projeto de uma conferência diplomática em 1884 para formalizar um tratado oficial. A terceira conferência diplomática (que ocorreu entre 6 e 9 de setembro de 1886) adotou as propostas anteriores para uma convenção e incluiu um artigo adicional e um protocolo final. Esses três textos foram assinados por Bélgica, França, Alemanha, Grã-Bretanha, Haiti, Itália, Libéria, Espanha, Suíça e Tunísia. Esses membros fundadores criaram uma União aberta a todos os países. O Tratado de Berna gerou reconhecimento internacional para o princípio nacional de tratamento. Conforme o seu artigo 2, “autores ou cidadãos de quaisquer países da União, ou seus representantes legais, desfrutarão, nos outros países, dos direitos que as respectivas leis conferem agora

ou podem conferir a partir de então para seus trabalhos, publicados em um desses países ou não”.

No campo dos direitos autorais, o Tratado de Berna permaneceu como a única convenção multilateral até 1952, ainda que, a partir de 1886, tenha sido revisto nas conferências diplomáticas de 1896 (Paris), de 1908 (Berlim), de 1928 (Roma), de 1948 (Bruxelas), de 1967 (Estocolmo) e de 1971 (Paris). No desenvolvimento dos direitos autorais, o princípio básico tem sido assegurar a remuneração do autor para proteger o seu trabalho contra a reprodução (até 50 anos após a morte do autor); exigir respeito pela integridade individual do criador; incentivar o desenvolvimento das artes, da literatura e da ciência; e promover a ampla disseminação dos trabalhos literários, artísticos e científicos.

Meios de comunicação de massa

Com a proliferação das mídias impressas e especialmente irradiadas (nos fins do século XIX e início do século XX) surgiram sérias preocupações a propósito do impacto social dos meios de comunicação de massa. A contribuição positiva e construtiva da mídia às relações internacionais pacíficas gerou considerável agitação. Tais expectativas positivas foram expressas na Convenção de 1933 para facilitar a circulação internacional de filmes de caráter educacional. O tratado dessa convenção foi assinado em Genebra em 11 de outubro de 1933. Os participantes da Convenção, registrada pelo secretariado da Liga das Nações, consideraram ser altamente desejável a circulação internacional de filmes educativos que contribuíssem “no sentido da compreensão mútua dos povos, em conformidade com os objetivos da Liga das Nações” e, conseqüentemente, incentivassem “o desarmamento moral”.

Para facilitar a circulação de tais filmes, os signatários concordaram em isentar a importação, o trânsito e a exportação de todas as tarifas alfandegárias e impostos acessórios de qualquer tipo. O impacto social negativo dos meios de comunicação de massa, porém, também consistia em uma séria apreensão. Uma preocupação educacional (e moral) foi expressa em relação à difusão além fronteiras de publicações obscenas. Essa preocupação resultou na adoção dos Tratados de 1910 e 1924 sobre trânsito de publicações obscenas. A convenção internacional de 1924 para a Supressão da Circulação e Tráfego de Publicações Obscenas declarou ser ofensa passiva de punição “fazer ou produzir ou estar em posse (para comércio ou exibição pública) de escritos obscenos, desenhos, publicações, pinturas, impressos, quadros, cartazes, emblemas, fotografias, filmes cinematográficos ou quaisquer outros objetos obscenos”. Também eram passivas de punição a importação ou a exportação de materiais obscenos para comércio ou exibição pública. Pessoas que cometessem qualquer ofensa seriam “tratáveis nos Tribunais das Partes Contratantes em cujos territórios a ofensa (...) foi cometida”.

A preocupação com o impacto negativo dos meios de comunicação de massa também surgiu do uso crescente desses meios durante o século

XIX como instrumentos de diplomacia estrangeira. Embora este fosse o caso específico de jornais, o desenvolvimento do rádio sem fio ampliou o potencial para esta nova forma de diplomacia. Cada vez mais, diplomatas se deslocavam das formas tradicionais de diplomacia silenciosa para uma diplomacia pública na qual o eleitorado de outros estados era diretamente endereçado. Na maioria dos casos, esse comportamento chegou ao abuso propagandístico do veículo de comunicação. Durante a 1ª Guerra Mundial, os meios de propaganda foram utilizados extensivamente. Esta guerra psicológica continuou até a guerra terminar, quando o rádio de ondas curtas começou a se proliferar.

No período pós-guerra imediato, a Liga das Nações deu início às discussões sobre a contribuição da imprensa internacional para a paz. Em 1931 a liga pediu ao Instituto de Cooperação Intelectual (predecessor da UNESCO) para conduzir um estudo sobre todas as questões suscitadas pelo uso do rádio para as boas relações internacionais. Em 1933 foi publicado o estudo *Radiodifusão e Paz*, que recomendava o esboço de um tratado multilateral unificador. Sob a ameaça de guerra emanando da Alemanha após 1933, o tratado foi de fato esboçado e, no dia 23 de setembro de 1936 foi assinado por 28 nações. Os Estados fascistas não participaram. A Convenção Internacional sobre o Uso da Radiodifusão pela Causa da Paz entrou em vigor em 2 de abril de 1938, após a ratificação ou adesão de nove países: Austrália, Brasil, Dinamarca, França, Índia, Luxemburgo, Nova Zelândia, União da África do Sul e o Reino Unido.

Um ponto básico das providências do tratado foi o reconhecimento da necessidade de se prevenir, com regras estabelecidas em comum acordo, o uso da radiodifusão de modo prejudicial ao bom entendimento internacional. As regras acordadas incluíam a proibição de transmissões que pudessem incitar a população de qualquer território “a atos incompatíveis com a ordem interna ou segurança” ou que fossem passíveis de causar danos ao bom entendimento internacional com declarações inexatas. As partes contratantes também concordaram em assegurar “que qualquer transmissão passível de causar danos ao bom entendimento internacional por meio de declarações inexatas” seria retificada o mais rápido possível. Em 1999 o tratado ainda estava em vigor e havia sido aprovado por 26 Estados membros das Nações Unidas.

As novas instituições multilaterais

Após 1945 a política de comunicação global recebeu um novo impulso com o estabelecimento das Nações Unidas. Com a criação ONU e suas agências especializadas, um grupo crucial de instituições para a evolução do plano de ação multilateral e de coordenação política entrou no sistema internacional. A Assembléia Geral das Nações Unidas (particularmente a Comissão de Direito Internacional e diversas subcomissões) e o Tribunal Internacional de Justiça se tornaram os motores principais no desenvolvimento progressivo das normas e regras que constituem o atual sistema de direito internacional.

A Assembléia Geral das Nações Unidas tem contribuído para a política global de comunicação por meio de um vasto número de resoluções que dizem

respeito a assuntos tão divergentes quanto a interferência na radiodifusão, a proteção de jornalistas em missões arriscadas, a transmissão direta via satélite e alguns aspectos dos direitos humanos nas áreas de ciência e tecnologia.

Entre os instrumentos chave de ajuste de padrão, adotados pela Assembléia Geral e pertinentes à comunicação mundial, estão os acordos básicos de direitos humanos, declarações e convenções contra a discriminação e tratados sobre direito no espaço internacional. Entre os vários órgãos da Assembléia Geral das Nações Unidas, atenção especial para problemas de comunicação está entre as atribuições do Terceiro Comitê da Assembléia Geral (responsável por problemas sociais, humanitários e culturais) e do Conselho Social e Econômico. O Conselho Social e Econômico foi estabelecido como o principal órgão a coordenar o trabalho social e econômico das Nações Unidas e suas agências especializadas. Nos corpos subsidiários do conselho são tratados os assuntos de comunicação, especialmente na Comissão de Direitos Humanos ou na Comissão de Empresas Transnacionais.

A criação em 1959, pela Assembléia Geral, do Comitê sobre o Uso Pacífico em Território Estrangeiro foi de especial importância. Essa estrutura se tornou ponto essencial para o ajuste do padrão de direitos no espaço internacional, com importantes trabalhos de referência para a política de comunicação global por meio de instrumentos regulatórios que tratam da transmissão de satélite.

Em 1966 a Assembléia Geral criou a Comissão de Direito de Comércio Internacional (UNCITRAL), com a missão de facilitar a harmonização das leis do comércio internacional. Com a crescente importância da tecnologia de computador nas transações internacionais, a comissão tem sido solicitada a tratar de problemas como a validade legal de registros de computador e a responsabilidade nas transferências eletrônicas de fundos.

Em 1978 a Assembléia Geral das Nações Unidas criou o Comitê de Informação, cuja missão está na resolução adotada em 18 de dezembro de 1979. O Comitê tem contribuído para uma série de resoluções sobre a nova ordem internacional de informação e para as atividades de informação pública das Nações Unidas.

Agências especializadas

A política de ação multilateral também é realizada por agências especializadas das Nações Unidas e diversas delas se tornaram importantes regulamentadoras para o campo da comunicação, especialmente a ITU; a União Postal Universal (UPU); a Organização Educacional, Científica e Cultural das Nações Unidas (UNESCO) e a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO). Em menor escala, a Organização Internacional do Trabalho (ILO) está envolvida em questões relacionadas aos profissionais da comunicação, e a Organização Mundial de Saúde (WHO) e Organização para a Agricultura e Alimentação (FAO), no trabalho do campo e no estabelecimento de padrões para a propaganda e o marketing de produtos alimentares e saúde.

Os padrões para as comunicações globais também são estabelecidos

pela Organização Internacional de Aviação Civil (ICAO), que tem adotado regras para os sistemas de telecomunicação de aeronaves, e pela Organização Marítima Internacional (IMO), que tem tratado de assuntos de comunicações marítimas.

Além dos fóruns multilaterais já existentes que se tornaram agências especializadas das Nações Unidas, outros organismos regulatórios também foram estabelecidos, tal como o agora extinto Bureau Intergovernamental de Informática (IBI) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), que adotaram padrões em campos como propriedade intelectual e transferência de tecnologia.

Uma organização multilateral importante que não pertence à família das Nações Unidas é o Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT). Entre os outros organismos multilaterais importantes que contam com a participação de governos nacionais estão as organizações criadas para o aproveitamento operacional da tecnologia de telecomunicações espaciais. Estas são primariamente a Intelsat e a Inmarsat, sistemas intergovernamentais de satélite estabelecidos por meio de tratados.

Três outras instituições intergovernamentais multilaterais deveriam ser mencionadas – embora não sejam tão representativas e atuem em termos regionais, têm contribuído significativamente para a política de comunicação mundial. São elas: a Organização para o Desenvolvimento e Cooperação Econômica (OECD), a Conferência sobre Segurança e Cooperação na Europa (CSCE) e o Conselho da Europa. Em campos como liberdade de informação e proteção de fluxos transfronteiriços, a criação de padrões por essas organizações tem tido impactos importantes no mundo.

As Organizações Não-Governamentais

Na fase da evolução pós-1945 da política mundial de comunicação, uma importante contribuição foi oferecida por um setor que cresceu rapidamente: as de organizações internacionais não-governamentais (INGOs, na sigla em inglês). As INGOs são internacionais, em termos de adesão e atividades, mas com sedes nacionais. Obviamente, elas não possuem o poder legal de tomar decisões restritivas, mas podem influenciar nos processos de efetivação de políticas das organizações intergovernamentais enquanto grupos de especialistas ou como agentes de *lobbies*. Também podem definir padrões para suas próprias condutas, que podem ter um significado político para além dos membros do grupo que representam. Exemplos disso são os esforços dos grupos profissionais internacionais no jornalismo para chegarem a um código autoregulatório de conduta, ou os códigos auto regulatórios que são adotados pela Associação Internacional de Relações Públicas e pela Associação Internacional de Propaganda.

As Nações Unidas e suas agências especializadas têm, desde o seu início, envolvido organizações não-governamentais em seus processos de realização de planos de ação. No desenvolvimento da lei internacional de direitos humanos,

por exemplo, as INGOs têm tido um importante papel. Agências como a Anistia Internacional têm contribuído para um instrumento crucial para a implementação dos padrões de direitos humanos: “a mobilização da vergonha”.

Um outro exemplo é fornecido por aquelas agências que mantêm a Organização Mundial de Saúde informada das ações das empresas multinacionais que violam o código WHO sobre o marketing de substitutivos para o leite materno. No campo da cooperação para o desenvolvimento, novas visões de políticas de ação têm sido impostas a instituições públicas por meio da pressão das organizações não-governamentais no que refere a questões de mulheres, população, saúde e o meio ambiente. Várias resoluções da Assembleia Geral das Nações Unidas têm significado especial para as contribuições dessas organizações, que representam cientistas, empregadores e sindicatos de trabalhadores em negociações sobre código de conduta para as empresas multinacionais. Em agências das Nações Unidas como a ITU, WIPO e UNESCO, as organizações não-governamentais internacionais têm dado contribuições importantes para a formulação da política mundial de comunicação.

Alterações na política de comunicação global

Na última década, a arena da política de comunicação global tem testemunhado importantes mudanças. Entre as mais importantes estão as seguintes:

O sistema internacional para a comunicação operou durante os últimos 100 anos principalmente no sentido de coordenar políticas nacionais que eram formatadas independentemente por governos soberanos. O atual sistema global, de governo em grande escala, determina o espaço supranacional, de forma que os governos nacionais possam realizar políticas de ação independentes.

A política de comunicação global é cada vez mais definida pelos padrões de comércio e de mercado e cada vez menos pelas considerações políticas, com notório deslocamento de um discurso predominantemente político para um discurso de comércio amplamente econômico. Evidência disso pode ser encontrada na crescente ênfase da importância econômica da propriedade intelectual e na prioridade da proteção para os investidores e produtores corporativos. No campo das telecomunicações, os padrões do serviço público universal e os subsídios mistos têm aberto caminho para as estruturas de tarifas fundamentadas nos custos. Na área dos fluxos de dados eletrônicos transfronteiriços, a política de ação tem alternado de discussões políticas sobre soberania nacional e autonomia cultural para noções como barreiras comerciais e acesso ao mercado.

Os mais poderosos agentes privados estão significativamente mais abertos. A mão invisível dos interesses econômicos que sempre guiaram a tomada de decisões políticas se tornou nos últimos anos mais e mais visível. Corporações transnacionais se tornaram agentes proeminentes nessa arena e desempenharam seus papéis explicitamente em primeiro plano. O *locus* da realização de políticas de ação se deslocou dos governos para os grupos de agentes de negócios privados.

O desenvolvimento relacionado à proposta para uma carta constitucional sobre comunicação global demonstrou a inversão de papéis. Durante a Conferência Interativa da ITU em setembro de 1997, o Comissário para a União Européia, Martin Bangemann, propôs uma carta com princípios essenciais para a sociedade de informação. A carta deveria ser um acordo não restritivo, com uma moldura para as comunicações globais no século XXI. A idéia foi mais bem elaborada durante um encontro do Grupo dos Sete (G7) em Bruxelas, em outubro de 1997.

No dia 29 de junho de 1998, o Comissário Bangemann convidou cerca de 50 presidentes de juntas e diretores associados de 15 países para uma mesa redonda sobre comunicações globais. Entre os convidados estavam empresas como Microsoft, Bertelsmann, Reuters, Polygram, IBM, Siemens, Deutsche Telekom, Sony, Toshiba e VISA. Na agenda constavam assuntos como: quais são os obstáculos mais prementes para as comunicações globais e quais são os meios mais eficientes para removê-los?

Direitos de propriedade intelectual, tributações, tarifas, criptografia, autenticação, proteção de dados e responsabilidade foram identificados como assuntos urgentes. Os representantes empresariais propuseram que a regulamentação deveria ser mantida em um nível mínimo porque a natureza global da economia on-line impossibilita que um único governo ou organismo a regule. A indústria expressou uma clara preferência pela autorregulamentação. O encontro propôs estabelecer um Comitê Geral de Negócios para assegurar que a iniciativa seria conduzida pelas empresas. Os representantes empresariais anunciaram que começariam um novo diálogo global de negócios, para o qual governos e organizações internacionais seriam convidados.

Ironicamente, o plano Bangemann surgiu como uma declaração política que estabeleceria um diálogo entre governos e empresas sobre o mercado eletrônico global, cujo objetivo seria uma abordagem direcionada ao mercado, no qual o setor privado participaria ativamente de um processo consultivo (com governos e organizações internacionais) para formular uma política global de comunicações. Esse processo foi assumido pelo setor privado, o qual irá – quando convier – convidar governos e organizações internacionais para participar da formulação de um regime autoregulatório.

A Organização Mundial do Comércio

Políticas de comunicação global têm sido tradicionalmente concebidas em fóruns intergovernamentais como a UNESCO, a Organização Mundial de Propriedade Intelectual e a União de Telecomunicação Internacional. Estas organizações estavam relativamente abertas à dimensão sócio-cultural do desenvolvimento em tecnologia de informação e de comunicação. Além disso, ofereciam uma plataforma na qual os interesses das nações em desenvolvimento também poderiam ser defendidos. Em anos recentes a posição dessas organizações governamentais internacionais – ou organizações intergovernamentais (IGOs) – foi consideravelmente enfraquecida, já que os principais atores começaram a preferir um fórum mais vantajoso para os seus

interesses específicos. Esse fórum é o sucessor do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio: a Organização Mundial do Comércio (WTO, na sigla em inglês). A WTO foi estabelecida como um dos resultados da Rodada GATT do Uruguai, de negociações de comércio multilateral, realizada em dezembro de 1993.

A Organização Mundial do Comércio geralmente é mais favorável aos interesses comerciais dos principais países industrializados do que o são outros organismos intergovernamentais. Entre os seus principais princípios de política de ação estão a liberalização mundial dos mercados e o princípio da não-discriminação, que estipula o tratamento nacional de competidores estrangeiros nos mercados nacionais, além do tratamento como nações mais favorecidas.

Na verdade, não deveria ser surpresa que a política de comunicação tenha se deslocado para esse fórum de comércio, pois isso se deve ao crescente valor econômico das redes de comunicação e dos serviços de informação. O mercado global de comunicação gera hoje mais de 1.6 bilhões de dólares anualmente. Junto com o fato de que as principais empresas de informação e comunicação fornecem as estruturas essenciais de apoio aos mercados financeiro e de produtos, a administração dos assuntos de comunicação está agora destinada a se sujeitar a um regime global de comércio. Isto implica em que as regras do “livre” comércio sejam aplicadas aos três componentes principais do mercado mundial de comunicações: a indústria de *hardware*, a produção e a distribuição de *software* (conteúdos e programas de computador) e a operação de redes e serviços.

Práticas Correntes

O domínio das telecomunicações

O padrão de pensamento predominante a guiar as políticas globais de ação em relação às infra-estruturas de telecomunicações está baseado nas seguintes suposições:

- Infra-estruturas de telecomunicações são essenciais para o desenvolvimento;
- As instalações e as melhorias das infra-estruturas são dispendiosas;
- O financiamento privado é necessário;
- Para atrair o financiamento privado os países terão que abrir seus mercados de telecomunicações e adotar medidas regulatórias pró-competitivas.

O gerenciamento global das telecomunicações está à mercê de empresários operando livremente. O pensamento básico é que a infra-estrutura de telecomunicações de um país pode ser gerenciada por empresas privadas e que, sempre que segmentos da rede não sejam lucrativos, o Estado pode equipar os meios públicos para assegurar que nenhum cidadão esteja privado de franquias ou imunidades.

Durante os anos 80, a desregulamentação se tornou o princípio condutor

da política pública. Seu principal objetivo de “menos Estado e mais mercado” passou a afetar mais e mais domínios sociais e em muitos países atinge agora recursos públicos, como o fornecimento de água e energia, tornando o acesso e o uso desses recursos problemáticos para aqueles de baixa renda.

Para os mercados nacional e global de telecomunicações a nova política de ação implicou em privatização e liberalização. De acordo com os desregulamentadores, a criação de mercados competitivos e o deslocamento do domínio público para o privado facilitariam a acessibilidade universal dos serviços de telecomunicações e de informação. Os princípios-chave da política de ação para as telecomunicações globais são “liberalização do mercado” e “serviço universal”. Juntar esses princípios sugere que eles são complementares e mutuamente consolidados. Isso, porém, ainda está para ser provado. Sinais de diferentes partes do mundo indicam que deixar o mercado livre para as forças competitivas e comerciais privadas não leva necessariamente à acessibilidade e ao fornecimento de infra-estruturas de telecomunicações.

A julgar pela crescente participação do setor privado em negociações de telecomunicações e pelo crescente compromisso de abertura do mercado, a conclusão é que cada vez mais países acreditam que abrir seus mercados de telecomunicações é benéfico para eles. A verdadeira questão política não é mais se os países irão ou não abrir, mas quando eles o farão. Apesar disso, as opiniões são divergentes, conforme observa o Relatório Mundial de Desenvolvimento das Telecomunicações da ITU: “O acesso ao mercado, por exemplo, será considerado por alguns como uma oportunidade, enquanto outros que estarão tentando desenvolver sua própria indústria de serviços domésticos de telecomunicações podem encarar como um desafio e uma ameaça para os operadores locais emergentes” (ITU, 1997, p.102). Em alguns países, os lucros de operadoras domésticas aumentarão em consequência da liberalização, mas em outros países a maioria dos lucros pode ficar nas mãos de empresas estrangeiras. Conforme o relatório da ITU corretamente observa “haverá ganhadores e perdedores” (p.106).

Como parte da abertura de seus mercados, muitos países também começaram a privatizar as operadoras públicas de telecomunicação (PTOs, na sigla em inglês). Enquanto a liberalização pode ser definida como a abertura de mercados para a concorrência, a privatização se refere à transferência de instituições e possessões do Estado a vários níveis de propriedade privada. Esses dois processos podem estar em conflito. A liberalização pode não combinar com o desejo de governos obterem o maior preço para os monopólios de telecomunicação pública e a privatização pode entrar em conflito com a liberalização do mercado quando a operadora estrangeira exigir o controle do monopólio por um período inicial.

Os governos têm interesse em políticas de liberalização e/ou privatização por razões bastante distintas. Especialmente nos países mais pobres essas políticas podem estar mais relacionadas a economias turbulentas do que ao desejo de aperfeiçoar ou melhorar os serviços de telecomunicação. Podem,

ainda, estar ligadas a critérios políticos do momento ou com a esperança de se obter transferência de tecnologia no processo. As novas políticas não são nem uma receita inequívoca para o desastre nem uma garantia de desempenho econômico e tecnológico bem sucedido. Os resultados serão diferentes em países distintos e novos estudos serão necessários para entender se as condições sociais geram custos e benefícios.

A privatização tem sido implementada em um número razoavelmente amplo de países: 44 operadoras públicas de telecomunicação foram privatizadas entre 1984 e 1997 (ITU, 1997, p. 2). Essas privatizações alcançaram em torno de 159 bilhões de dólares. As 12 principais privatizações em 1996 levantaram mais de 20 bilhões de dólares. Estes investimentos foram aproximadamente 50% nacionais e 50% estrangeiros. A tendência geral tem sido a de que mais do que 30% do capital investido seja de origem estrangeira. Conforme a ITU relata, as próprias operadoras públicas investem com frequência. Mesmo assim, em 1997 cotas majoritárias de 29 das 40 principais empresas de transporte ainda eram estatais: “A transformação de empresas estatais de telecomunicação em corporações tem ocorrido em todas as regiões” (ITU, 1998a, p.9). A transformação em corporações privadas não tem acontecido de forma a criar mercados competidores em todos os setores. Em muitos países, serviços básicos de telecomunicação não estão abertos à concorrência. Os mercados de telefonia móvel são mais liberalizados, mas mesmo nesse setor diversos países ainda não permitem a concorrência.

Os argumentos que são usados para apoiar a privatização apontam para a expansão e a melhoria das redes; o progresso de serviços e a redução de tarifas para acesso e utilização das redes. As experiências são variadas, porém. Um dos resultados da privatização é frequentemente a expansão da rede de telecomunicações. Em diversos países (o Peru e o Panamá em 1997, por exemplo) a privatização melhorou consideravelmente a densidade dos serviços de telecomunicação. De acordo com a ITU (1998b), “uma das razões é que as metas de expansão de rede têm sido demandadas pelas concessionárias privatizadas” (p.71). O aumento das linhas de telefone beneficia naturalmente aqueles usuários que podem pagar pelo serviço. O esquema de privatização não amplia o grupo de cidadãos que têm o poder aquisitivo exigido para a utilização das redes de telecomunicação.

Em diversos países as tarifas têm caído para os grandes usuários, ao passo que as contas de telefone para os consumidores comuns têm sido pouco beneficiadas. As experiências com prestação de serviços também são diferenciadas. Isto acontece em parte porque a expectativa de maior competitividade e novas opções como resultado da privatização nunca se realizou completamente. Em Estados menores e menos avançados, por sinal, operadoras nacionais de telecomunicação têm perdido contra grandes grupos globais, os novos monopolistas. É altamente questionável se mercados controlados por poucas corporações globais irão, de fato, beneficiar o consumidor. Ainda é impossível precisar quantos concorrentes restarão ao final do processo de privatização. A redução de preços e o aumento de investimentos para as

inovações tecnológicas tendem a tirar concorrentes do mercado e, com isso, a liberalização em quase todos os lugares tende a reforçar a concentração do mercado. A situação referenda a experiência histórica de que os mercados livres levam inevitavelmente à formação de monopólios porque os concorrentes ou tiram os competidores do mercado ou se fundem.

O Tratado de Telecomunicação da WTO

Em 1994 o Tratado de Marrakesh estabelecido pela Organização Mundial do Comércio (WTO) completou a oitava rodada de negociações de comércio multilateral realizado sob o GATT (rodada do Uruguai). Parte do tratado resultou em um Acordo Geral sobre Comércio e Serviços (GATS). O anexo mais bem elaborado era aquele referente ao comércio em telecomunicações, que definia os serviços básicos de telecomunicação e de redes, conforme segue:

- Serviço público de transporte de telecomunicações é qualquer serviço de transmissão de telecomunicação solicitado explicitamente por uma das partes para ser oferecido ao público em geral.
- Rede pública de transporte de telecomunicação é a infra-estrutura pública de telecomunicação que permite serviços de telecomunicações entre dois ou mais pontos definidos de ponta de rede.

Dos 125 países signatários do Acordo de Marrakesh, cerca de 60 se comprometeram a abrir seus mercados para os serviços de telecomunicações, embora a maioria não tenha se comprometido quanto à questão dos serviços básicos de telecomunicações. Os compromissos variam desde a total concorrência para todos os serviços até as exceções para serviços básicos ou serviços locais de telecomunicação.

O acordo de Marrakesh estabeleceu o Grupo de Negociação para Telecomunicações Básicas (NGBT), que deveria negociar os serviços de telecomunicação e concluir seu trabalho em abril de 1996. O NGBT, porém, fracassou e não chegou a um acordo até hoje. Diversos assuntos permaneceram em aberto, como a liberalização dos serviços de satélite e as propostas de convênio para redução das tarifas internacionais de telecomunicações. As negociações resultaram pelo menos em um acordo sobre regras básicas previstas no chamado Documento de Referência, que inclui salvaguardas para concorrência, interconexão, obrigações universais de serviço, transparência de critérios de licenciamento, independência do regulamentador e distribuição e utilização de recursos.

Uma nova equipe, intitulada Grupo sobre Telecomunicações Básicas, continuou o trabalho a partir de julho de 1996. A missão, aberta a todos os estados membros da WTO e responsável por encontros mensais, deveria estimular mais países a se comprometerem com a questão da liberalização de uso dos serviços de satélite e resolver algumas questões relativas ao fornecimento de serviços de telecomunicações.

A nova série de negociações focou na questão das restrições de títulos estrangeiros de propriedade, entre outras coisas. O governo americano reivindicou com veemência a permissão ao máximo de títulos estrangeiros de propriedade na área das telecomunicações nacionais. Ao se comprometerem, muitos países abriram mão das restrições sobre títulos estrangeiros de propriedade; outros, porém, mantiveram entre 25% e 80% do controle dos serviços. Alguns países consideram que os títulos estrangeiros de propriedade sejam uma oportunidade para atrair o investimento estrangeiro necessário (ITU, 1997, p. 102), outros acreditam que essa situação representa uma ameaça à soberania nacional. Embora os governos nacionais tenham controle total sobre a competência, as etapas e os períodos de cessão, uma vez compromissados não podem alterar futuramente as concessões. Um problema complexo para as negociações foi a questão dos serviços móveis fornecidos via satélite. Embora a fixação de frequências de satélite seja responsabilidade da ITU, sempre surge um aspecto comercial quando governos utilizam recursos nacionais para a distribuição do espectro como barreiras na negociação. Seguindo estimativas do GATS, tais procedimentos não deveriam influir no processo.

No dia 15 de fevereiro de 1997, o Quarto Protocolo do Acordo Geral sobre Comércio de Serviços foi assinado por 72 estados membros da WTO (representando quase 93% do comércio mundial em serviços de telecomunicação). No dia 5 de fevereiro de 1998, o protocolo entrou em vigor. Esse Acordo Mundial de Telecomunicações exige que os Estados participantes liberalizem seus mercados. A eles é permitida uma certa margem de segurança para implantar o acesso universal da maneira que considerem desejável, mas designações no acordo limitam seriamente o espaço político nacional.

O acordo tem implicações de longo alcance para o controle da infraestrutura básica de telecomunicações. Em relação ao serviço universal afirma que qualquer país membro tem o direito de definir o tipo de obrigação universal que deseja oferecer. Tais obrigações não são consideradas anticompetitivas desde que sejam administradas de modo transparente, não discriminatório, competitivamente neutro, e não sejam mais onerosas que o necessário para o tipo de serviço universal definido pelo país. Este ponto impõe sérios limites para a prática de políticas nacionais e independentes de acesso.

Como as empresas estrangeiras não podem ficar em desvantagem, os padrões nacionais para o serviço universal devem ser administrados de maneira competitivamente neutra. Não podem ser fixados em níveis “mais dispendiosos do que o necessário”. Se uma política pública nacional vier a fornecer acesso aos serviços de telecomunicações baseado em esquema de subsídios mistos ao invés de tarifas fundamentadas no custo, isto poderá servir mais aos interesses de pequenos usuários do que aos das operadoras de telecomunicações. Os países que têm acesso ao mercado estrangeiro poderiam ver essa obrigação como “mais cara que o necessário”. Com isso, a política de atuação seria percebida como uma violação do direito comercial internacional, ficando a cargo dos obscuros mecanismos de arbitragem da WTO julgar a legitimidade da proposta nacional daquela política de atuação.

O ponto central do acordo está voltado mais para o acesso que fornecedores estrangeiros devem ter nos mercados nacionais para operar serviços de telecomunicações do que para o acesso dos cidadãos ao uso dos serviços de telecomunicações. A visão simplista entende que essas formas diferenciadas de acesso se equivalem. Como resultado dessa situação, a política de atuação social fica restrita aos limites definidos pelos agentes comerciais. Interesses empresariais, mais que aspirações socioculturais, determinam a política nacional de telecomunicação. Até 2004 a maioria dos parceiros comerciais havia concordado em abrir os seus mercados domésticos. A criação de mercados mundiais livres para quaisquer tipos de serviços não implica necessariamente, porém, na disponibilidade desses serviços ou na utilização justa desses serviços por todos aqueles que poderiam se beneficiar dos mesmos.

Mudando o acordo sobre o sistema de alíquotas

Um dado importante na política global de telecomunicações é o acordo sobre o sistema de alíquotas. A área de telecomunicações sempre esteve baseada em relações bilaterais entre empresas de telecomunicações. A estrutura regulatória geral que determinava o sistema de alíquotas entre prestadores de serviço de transmissão (geralmente as operadoras do monopólio de telecomunicações) estava baseada nas regras internacionais de telecomunicações, em acordos administrados pela ITU e reeditados pela última vez na Conferência Administrativa Mundial de Telegrafia e Telefonia (WATT-C) em 1988. Nos últimos anos, com as inovações tecnológicas dando impulso para a abertura dos mercados e a privatização, esse sistema sofreu forte pressão. Hoje as empresas privadas irão cada vez mais funcionar como operadoras nos países de origem e de destino, como também irão oferecer novos serviços (como cartões telefônicos ou telefonia via Internet) que se desviam da proposta inicial de prestação de serviços.

Um dos motivos determinantes para a regulamentação das telecomunicações conforme foi promulgada na primeira Convenção Internacional de Telegrafia (ITU, 1965) foi a necessidade de encontrar um sistema adequado para a distribuição das alíquotas de receitas das chamadas internacionais entre os países de origem, de trânsito e de destino. A operadora pública de telecomunicações iria cobrar do cliente determinado preço no país de origem. A operadora do país de destino e a do país de origem acertariam um preço para os serviços prestados pela provedora no país de destino (no fornecimento de linhas internacionais, adaptação e distribuição das chamadas para os clientes locais). Isto compreende a taxa de alíquota, que constitui a base para o cálculo dos encargos das operadoras nos países de destino e nos países de origem.

A recomendação geral da ITU tem sido dividir os encargos em uma base de 50/50 entre os transportadores. Isto funcionou bem em situações onde os monopólios lidavam com outros monopólios e onde as telecomunicações internacionais eram vistas como um serviço provido de maneira conjunta. Isto está mudando com a disponibilidade de mais operadoras privadas, maior concorrência e novas opções técnicas para evitar o problema existente.

Uma reforma do sistema existente de prestação de serviços tem sido discutida há algum tempo pela OECD (desde 1991), pela ITU (desde 1992) e pela WTO. O sistema anterior servia aos interesses dos países em desenvolvimento. Como os países em desenvolvimento têm geralmente aplicado encargos relativamente altos na realização de chamadas internacionais em seus terminais, a taxa de prestação de serviços era uma importante fonte de câmbio estrangeiro. De acordo com a ITU, os países em desenvolvimento conseguem receber até US\$ 10 bilhões anuais em pagamentos líquidos. Esta receita poderia – pelo menos em princípio – ser usada para apoiar o formas de acesso à infra-estrutura de telecomunicações voltadas para habitantes de áreas rurais que, de outra forma, permaneceriam desconectados.

Mas como as negociações sobre reformas não progrediram no ritmo desejado, o governo dos Estados Unidos decidiu anunciar sua solução preferida: o argumento da Comissão Federal de Comunicações (FCC) era de que os Estados Unidos perdiam bilhões de dólares a cada ano em pagamentos a outros países. Por isso introduziu em novembro de 1996 a Nova Proposta de Cumprimento de Regras, em vigor desde janeiro de 1998. A norma revista determina o valor que as operadoras americanas podem pagar a operadoras em outros países – o que, em média, corresponde à metade do valor repassado antes. A Comissão Européia está disposta a seguir o exemplo americano. O modelo da nova política de taxas terá, sem dúvida, um impacto crítico em questões como o acesso a serviços de telecomunicação nos países pobres, uma vez que a redução dos pagamentos das taxas resultará em aumento dos custos para os clientes locais nesses países.

A política de comunicação global

Segunda e última parte

Cees J. Hamelink

O domínio dos direitos de propriedade intelectual

Atualmente, as instituições administrativas fundamentais para o campo dos direitos de propriedade intelectual são a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO) e a Organização Mundial do Comércio (WTO). Esta última desempenha papel cada vez mais importante porque supervisiona a execução do que estabelece o acordo sobre Direitos de Propriedade Intelectual Relacionada ao Comércio (TRIPS). Esse acordo global surgiu das negociações do GATT (Anexo 1C do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio na rodada do Uruguai de negociações de comércio multilateral, de 1993) e contém as regras mais importantes sobre a proteção de direitos de propriedade intelectual na atualidade. É implementado nos moldes regulatórios da Organização Mundial do Comércio. Neste acordo a dimensão econômica de proteção propriedade intelectual é reforçada. Conforme Venturelli (1998) corretamente resume, “a medida tende a favorecer os interesses econômicos de terceiros, que estão distantes dos interesses voltados para o acesso público dos cidadãos e dos direitos humanos e constitucionais do trabalho criativo” (p.63)

Como os direitos de propriedade intelectual alcançaram posição de destaque entre os artigos comercializáveis mais importantes do mundo, o atual regime orientado para o comércio favorece os produtores associados (editores, empresas de radiodifusão, gravadoras e distribuidoras de música, firmas de publicidade) em detrimento dos criadores individuais. O acordo sobre propriedade intelectual protege mais os direitos econômicos dos investidores do que os direitos morais de indivíduos criativos ou os interesses culturais do público em geral. Artistas, escritores e compositores cada vez mais transferem seus direitos para grandes conglomerados com os quais assinam contratos para a distribuição de suas obras. Essas empresas, por sua vez, determinam como essas obras serão processadas, empacotadas e vendidas.

Um dos problemas mais sérios da atual tendência de proteção dos direitos de propriedade intelectual diz respeito ao padrão regulatório emergente, que sufoca a independência e a diversidade da produção criativa em todo o mundo. Esse formato é particularmente inútil para a proteção dos “pequenos” artistas independentes, pois cria obstáculos significativos para o uso de seus produtos criativos ao restringir a noção do uso justo, segundo o qual – tradicionalmente – essas obras poderiam ser livremente usadas em uma variedade de propósitos educacionais ou afins. O ângulo econômico dessa tendência atual enfoca mais a apropriação indevida da propriedade do que a inovação da criatividade artística e literária.

Um fenômeno particularmente preocupante são as regras determinando que o conhecimento de domínio público, caso estejam em bancos de dados eletrônicos, estarão sob a proteção dos direitos de propriedade intelectual. Isto implica em uma limitação considerável a fontes de livre acesso. Além disso, o atual sistema de gestão nessa área ameaça transformar o novo fórum global que o ciberespaço potencialmente oferece (por meio das tecnologias digitais) em um mercado onde o volume de idéias será controlado e negociado.

A ênfase unidimensional sobre a face comercial da proteção aos direitos autorais é reforçada pelo deslocamento progressivo dos fóruns de negociação: da Organização Mundial de Propriedade Intelectual para a Organização Mundial do Comércio. A proteção à propriedade intelectual torna-se, nesse processo, parte da agenda global da livre negociação. Isto implica em que o interesse público seja secundário ao interesse econômico dos maiores produtores de propriedade intelectual, pois o valor social e o benefício comum dos produtos culturais não estão na agenda corporativa transnacional.

Tais obras (como a produção de conhecimento) tendem a ser consideradas como artigos, que podem ser apropriados de forma privada. Considerado de outra forma, podemos afirmar que o conhecimento é parte de uma herança comum da humanidade, não podendo ser propriedade exclusiva de alguns poucos membros da sociedade. A ênfase desse sistema emergente está, antes, nos direitos dos produtores de conhecimento e evita quase por completo os deveres dos detentores desses direitos. Tais deveres incluem a obrigação de divulgar, de circular informação e documentos e de uso estrangeiro. O detentor de direitos pode ser obrigado a registrar uma patente em país onde a patente foi concedida e ser requisitado a abster-se de envolvimento em práticas abusivas, restritivas e anticompetitivas.

Os direitos de propriedade intelectual, na sua forma atual, tendem a beneficiar apenas as nações industrializadas, mas podem também estimular a livre inovação em países mais pobres. Ao invés de fortalecer o controle de corporações transnacionais sobre a tecnologia e reforçar os direitos monopolistas dos fornecedores dessa tecnologia, poderiam ser fortalecidos os recursos tecnológicos nos países em desenvolvimento. A pressão para a criação de um sistema global uniforme para a proteção aos direitos de propriedade intelectual reduz a flexibilidade necessária aos países em desenvolvimento para se adaptarem ao sistema conforme suas necessidades e interesses específicos.

É possível que, nos próximos anos, o domínio dos direitos de propriedade intelectual continue como um campo de batalha crucial desses interesses conflitantes. Avanços recentes relativos aos trabalhos em forma digital reforçam essa perspectiva. O uso de tecnologias de proteção, como a criptografia e códigos de proteção contra cópias, fortalece o controle pelo monopólio dos proprietários de direitos de propriedade intelectual. Os consumidores provavelmente desenvolverão e aplicarão recursos tecnológicos para minar esse controle. O governo dos Estados Unidos e a indústria cinematográfica americana têm feito pesado *lobby* na Organização Mundial de Propriedade

Intelectual para incorporar no seu Tratado de Direitos Autorais de 1996 uma norma legal contra tecnologias que possam afetar o controle pelo monopólio. Esse provimento (artigo 13 do Tratado) já foi incluído na Lei de Direitos Autorais Digitais do Milênio, de 1998, e na Diretiva de Direitos Autorais da União Européia, de 2001. Essas medidas podem impossibilitar as pessoas que comprem produtos perfeitamente legais de fazerem cópias para uso privado. Podem também impedir a execução de trechos de obras – mesmo as adquiridas legalmente – em diferentes plataformas (no aparelho de CD e não no seu computador pessoal)!

O domínio dos meios de comunicação de massa

As principais questões relativas aos meios de comunicação de massa dizem respeito à concentração de títulos de propriedade e ao comércio de produtos midiáticos. As megafusões de mídia realizadas entre os anos 80 e o início dos anos 90 renovaram, em muitos países, preocupações sobre a concentração dos meios. Em nível internacional, essa preocupação é expressa de forma reduzida. O dado essencial para os gestores de políticas na área parece ser a desregulamentação do mercado. O argumento comum a favor de um mercado não regulamentado para o fornecimento de informação é o de que ele garante fóruns criativos e competitivos ao oferecer uma diversidade de conteúdos. A evidência empírica, porém, sugere que a concentração nos meios de comunicação de massa promove o controle do mercado por algumas poucas empresas, que tendem a produzir pacotes limitados de conteúdo, em especial aqueles que sejam viáveis comercialmente.

As regras da Organização Mundial do Comércio, por exemplo, dão ênfase à necessidade da concorrência, mas a principal preocupação é de que políticas públicas não deveriam ser anticompetitivas – no sentido de dificultar o livre acesso aos mercados domésticos. As regras atuais de concorrência se referem principalmente ao desmantelamento dos serviços públicos e à liberalização de mercados, não à oligopolização dos mercados ou à conduta dos grupos dominantes.

O Acordo Básico de Telecomunicações da Organização Mundial do Comércio, datado de fevereiro de 1997, regula o acesso ao mercado, mas tem poucas considerações sobre a conduta de grupos comerciais. Não garante uma concorrência aberta e eficaz entre os agentes comerciais. O princípio da não-discriminação, que garante à nação mais favorecida a forma de tratamento em relação aos concorrentes estrangeiros, é inadequado para garantir a concorrência nos mercados domésticos.

As fórmulas da Organização Mundial do Comércio para conter práticas anticompetitivas não excluem a possibilidade de que os mercados locais de mídia sejam controlados por três ou quatro fornecedores estrangeiros. A falta de uma política séria de concorrência sustenta uma concentração de mercado sem obstáculos e reforça a posse de bens essenciais por empresas estrangeiras, particularmente nos países em desenvolvimento.

Uma das principais questões que se apresenta para a política no setor das

telecomunicações é saber se os mercados de informática e de comunicação são mesmo diferentes dos outros mercados (como os de automóveis ou detergentes), de tal forma que deveriam ser tratados de maneira distinta. A intervenção pública em relação a produtos culturais deve ser diferente daquela para os produtos alimentares? Mesmo que os centros comerciais funcionem melhor quando o Estado não intervém isto se aplica necessariamente ao fornecedor de informação ou de cultura?

Além disso, a genuína política internacional da concorrência (Holmes, Kempton & McGowan, 1996, p. 755) que administra a conduta anticompetitiva dos grupos de mercado é uma opção realista? Tal política implicaria em mais regulamentação e entraria em conflito com a preocupação predominante dos principais atores do mercado, que é reduzir a regulamentação. Uma administração global séria para conter a formação de cartéis será de qualquer maneira difícil. As abordagens dos cartéis são diferentes nos sistemas legais nacionais e em relação a tradições – a maioria dos adeptos do livre comércio acredita que mercados livres criarão, eventualmente, uma concorrência aberta e que regras ‘anticartelizantes’ resultarão em barreiras comerciais.

Em um ambiente econômico onde megafusões são quase naturais, apoiadas pelas áreas financeiras e industriais, a tendência ao controle público é mínima. A Comissão Européia de fato interrompeu e proibiu fusões na indústria, mas de forma limitada e modesta. E pode propor ações que levem as empresas a decidir pela não fusão. Segundo Jean Paul Marissing (da Caron & Stevens / Baker & McKenzie), especialista em legislação que rege fusões, entre as milhares de composições registradas junto à Comissão Européia, apenas dez foram de fato coibidas (NRC Handelsblad, 22 de julho de 1998).

Um fator que influi no reduzido índice de impedimento é que as fusões são consideradas como problemas somente quando as empresas consolidadas controlam acima de 40% de um mercado. A regulamentação européia pode proibir abusos de monopólios, mas não o estabelecimento de monopólios de mercado. Da mesma forma, nos Estados Unidos uma fusão é considerada ameaça à concorrência apenas se duas empresas, após sua fusão, controlarem mais que 60% de um mercado.

O fenômeno da concentração da mídia é amplamente conhecido, mas suas implicações não traduzem uma preocupação universal. Posturas políticas, industriais e acadêmicas sobre a questão são bastante divergentes. A pesquisa científica sobre a concentração dos meios, por exemplo, tende a enfatizar mais os efeitos da concentração do que sobre os conteúdos de mídia. Essas pesquisas geralmente consideram “muito difícil demonstrar quaisquer ligações entre os dois pontos” (McQuail, 1992, p. 125). Isto seria relevante se o conteúdo de mídia fosse a questão central. O mais importante, porém, é questionar se a consolidação da propriedade de mídia garante postos de trabalhos necessários para os profissionais do setor, canais suficientes para recepção e/ou acesso pela audiência, proteção adequada contra controles de preço nos mercados oligopolizados e oportunidades para os novos no setor midiático.

Mesmo que um oligopólio demonstrasse qualidade, imparcialidade, diversidade, debate crítico, objetividade, relatórios investigativos e resistência às pressões externas nas suas ofertas ao mercado, ainda assim haveria motivo para garantir alterações regulatórias, já que o mercado estaria fechado para os novos e, por isso, não constituiria um mercado livre. O grupo que defende uma regulamentação multilateral nesse campo é formado por um conjunto heterogêneo de políticos, acadêmicos e profissionais. Todos têm vários motivos para defender a existência de um pacto multilateral – um deles é proteger as condições de trabalho dos profissionais da indústria de mídia e esse motivo se refere tanto às oportunidades de emprego quanto à qualidade do trabalho.

A liberdade dos profissionais no mercado da informação depende, em grande parte, da força dos acordos que conseguem negociar com os seus empregadores. Nos casos de concentração de mercado, a liberdade profissional geralmente fica ameaçada. A necessidade de se ajustar aos propósitos comerciais da empresa e às idiosincrasias políticas dos proprietários implica em formas diretas e indiretas de censura. Outro motivo é o constitucional: diversas decisões da Suprema Corte dos Estados Unidos, por exemplo, têm afirmado que a liberdade de imprensa se diluiu, porque a mídia se tornou tão oligopolizada que a censura está na mão do setor privado.

Um ponto importante diz respeito ao grau de independência como pré-requisito da produção cultural e de informação. A concentração industrial implica, inevitavelmente, no estabelecimento de poder. As mega-empresas são centros de poder ao mesmo tempo sujeitos e objetos de exposição midiática. Além disso, a indústria da informação como centro de poder está ligada a outros circuitos de poder, como instituições financeiras, estabelecimentos militares e à elite política. Um problema específico ocorre em situações nas quais os meios de comunicação de massa fazem parte de um conglomerado industrial. O conglomerado pode participar de atividades que demandariam uma análise crítica dos meios, mas os agentes controladores podem preferir proteger suas atividades desse tipo de exposição pública. A apreensão em relação à concentração também é gerada pela ameaça de que a oligopolização corrói a diversidade informacional e a produção cultural. Nos casos de fusões verticais, em que a produção e a distribuição de conteúdo são controladas pelos mesmos agentes, existe o perigo real de que serão oferecidos apenas seus próprios produtos ao mercado. Um exemplo comum é o jornal que, como parte de um conglomerado, publica resenhas de livros da editora do mesmo grupo.

A crescente influência de investidores institucionais e de interesses comerciais que não se aplicam ao setor de informação tende a enfatizar a rentabilidade do serviço e não a sua qualidade sociocultural. Assim, produtos que podem ser rapidamente vendidos nos mercados de massa são os preferidos. É elucidativa a tendência, entre empresas de produção cinematográfica e de produtos musicais, de se concentrar em *best-sellers*. Essa pré-disposição *Rambo* e *Madonna* reforça a homogeneização dos mercados, enquanto os produtos menos rentáveis são evitados. Na questão da concentração de mídia, as posições assumidas são conflitantes. A preferência pela regulamentação rigorosa se

contrapõe à preferência pela ausência total de regulamentação.

A posição pró-regulamentação é defendida com os seguintes argumentos: a legislação antitruste no campo da mídia é defensável porque a concentração reduz a concorrência e, dessa forma, a diversidade no mercado de informação é afetada negativamente. Além disso, medidas anticartéis promovem a concorrência, a diversidade e a liberdade. Contra essa posição está a proposta sempre repetida de que as fusões levam a empresas mais fortes com maior poder para proteger a liberdade de informação. Mas as fusões nem sempre são bem sucedidas: freqüentemente ocorrem sem a ponderação cuidadosa das vantagens e desvantagens. Podem ser motivadas por interesses pessoais da alta gerência ou por interesses em curto prazo dos pequenos acionistas. Em média, dentre dez grandes aquisições, quatro ou cinco serão revendidas. É muito comum que as metas de uma fusão não se concretizem. Também é bastante provável que, depois da fusão, os lucros não cresçam, os segmentos de mercado não expandam e o potencial inovador das empresas até diminua. Em consequência de fusões mal sucedidas, empresas podem entrar em colapso e desaparecer.

A oligopolização na indústria da informação também pode afetar o direito fundamental à liberdade de expressão. Isto acontece quando a concentração reduz o número de canais que os cidadãos têm à disposição para se expressar ou receber notícia. Nos mercados oligopolizados, aqueles que os controlam podem facilmente se recusar a divulgar determinadas opiniões. Em tais situações é mais fácil recusar alguns tipos de publicidade.

Os oligopólios tendem a usar o seu poder de mercado para determinar fatias de preços aos consumidores. Isto pode significar que o acesso à informação e à cultura se torna dependente da faixa de rendimentos em que se encaixa o consumidor. Pode ser atraente para o oligopólio inserir produtos para competir no mercado. Este é um caso bastante comum, por exemplo, nos setores de cosméticos e detergentes. A implicação dessa diversidade intra-empresa é que ela cria obstáculos eficientes contra a entrada de concorrentes no mesmo mercado. Esse resultado é importante porque uma contribuição importante para a diversidade de mercado tem origem justamente nos novos participantes, embora grandes empresas possam manter operações com prejuízos que possam ser compensadas em outras nas contas. Jornais que de outra forma teriam desaparecido, por exemplo, podem ser mantidos. Mas o tempo de duração dessa compensação aceitável para os acionistas (e para os investidores institucionais) tem um limite. Perdas que se acumulam em médio e longo prazos significam produtos não lucrativos, que por isso deverão ser descontinuados.

Os principais argumentos contra tentativas de regulamentar a concentração de mídia são vários. Não há prova empírica de que a concentração tenha efeitos negativos – ao contrário: pode-se argumentar que empresas fortes podem oferecer mais diversidade e atingir maior independência em seus negócios com governos do que empresas menores. Além disso, meios de comunicação fortes podem “recuperar” segmentos que causam prejuízos e que, de outra forma, desapareceriam, o que faz com que a diversidade seja

mantida. Também se argumenta que mais concorrência não implica em maior diversidade, porque os concorrentes podem tentar obter a mesma fatia de mercado com um produto parecido. Mesmo que medidas regulatórias contra fusões estimulassem a concorrência, o aumento na diversidade de produtos não estaria garantida. Os mercados tendem inevitavelmente à produção de artigos idênticos, embora um pouco distintos, porque o objetivo é atingir o maior número possível de consumidores. Permitir a livre concorrência de mercado não reflete necessariamente em maior diversidade. Há alguma evidência de que os sistemas de radiodifusão desregulamentados e competitivos de alguns países europeus resultaram em menor diversidade de conteúdos se comparados com os monopólios públicos regulamentados. Este tipo de situação ocorre com bastante frequência porque em um mercado competitivo todos tentam controlar o maior fração do público atendendo a preferências e gostos daquele segmento de mercado.

O comércio de serviços midiáticos se tornou um negócio global em um mercado lucrativo e em expansão. Espera-se que nos próximos anos o mercado internacional de mídia atinja a marca de US\$ 3 trilhões. Esse mercado em expansão deve-se em grande parte aos processos simultâneos de desregulamentação da radiodifusão e de comercialização das organizações de mídia. Esse crescimento sugere uma demanda crescente por entretenimento. O processo importante que diz respeito a essa expansão é a globalização – em termos de mercado, mas também em termos de produtos e de propriedade. Em todo o mundo é visível a tendência à demanda por programas de entretenimento produzidos nos Estados Unidos. Um dado importante da globalização é que a atenção das mega-empresas está se deslocando, no campo internacional, da produção local para a produção global.

A apreensão do mercado mundial dos serviços de mídia tem estado presente em vários momentos, como nos encontros de comércio multilateral realizados no Uruguai entre 1986 e 1993. O centro das preocupações são os programas e filmes de televisão e as restrições existentes (ou potenciais) para a sua comercialização no mundo. Essa apreensão do mercado diz respeito aos projetos nacionais de regulamentação que podem reduzir importações de serviços de mídia ou às políticas nacionais de proteção para indústrias nacionais de mídia. Outra preocupação do mercado mundial são as restrições relativas à estrutura do mercado internacional da mídia, principalmente quanto ao controle do mercado que estão nas mãos de alguns poucos operadores transnacionais.

As perspectivas para o comércio de serviços de mídia são divergentes. Alguns atores afirmam que tal comércio não deveria ter restrições, com a garantia de acesso livre aos mercados estrangeiros. Outros se preocupam com o fato de que, com a ausência de restrições à importação de produtos midiáticos, as indústrias locais não poderão sobreviver e a herança cultural local dará lugar à *McDonaldização*. Empresas que lideram a área de produção midiática, suas associações (como a Associação de Exportação de Filmes Cinematográficos), bem como governos dos países exportadores (especialmente os Estados Unidos) têm demonstrado preocupação com as possíveis barreiras ao comércio de mídia. Mas pequenos produtores e governos de países importadores (do

Terceiro Mundo, da Europa e do Canadá) têm manifestado apreensão sobre a falta de controles. Eles almejam maior restrição na importação como forma de proteger econômica e culturalmente sua própria indústria de mídia. Este desejo é reforçado pelo receio de que o controle transnacional sobre mecanismos locais de distribuição e exibição exerça uma influência decisiva para os produtos culturais disponíveis.

As posturas contraditórias resumem-se a reivindicações liberais permissivas versus reivindicações protecionistas restritivas. A postura liberal prefere um acordo que permita a total liberalização do acesso a mercados para serviços de mídia. A postura protecionista é a favor de níveis de proteção para importação de mídia como instrumento de defesa das indústrias locais da mídia e da cultura local.

Uma dos fatores complexos quando se trata de serviços de mídia em um contexto de comércio é o fato de que nem todos têm objetivos comerciais. Parte da produção dos meios de comunicação tem uma clara orientação não-comercial, mas educacional, artística ou cultural. Embora isso esteja registrado no artigo IV do acordo do Acordo Geral de Comércio e Tarifas (GATT), os grandes exportadores de mídia definem os seus produtos apenas como artigos comerciais. Isso demonstra o impacto da divergência em aumentar mercados para um artigo rentável contra o desejo de se regulamentar as importações da mídia e proteger os mercados nacionais por inúmeros motivos.

Para os países em desenvolvimento um outro problema relacionado à defesa da liberalização é que, como os produtos da mídia são produtos acabados, é pouco provável que isso aumente investimentos locais em postos de trabalho ou em tecnologia. Ao contrário do turismo, os serviços de mídia não geram empregos ou estágios. O acesso ao mercado por uma via única também é problemático: as realidades econômicas da produção e da distribuição midiáticas dão pouca margem de exportação aos países do Terceiro Mundo.

Os requisitos mais prováveis de serem adotados no comércio mundial dos serviços de mídia talvez sejam as regras do Acordo Geral de Comércio e Tarifas relativas a serviços e direitos de propriedade intelectual. A cooperação de comércio multilateral deverá estar baseada em um tratado obrigatório do GATT. A questão da conveniência de um acordo como esse, porém, deverá permanecer, dada a distinção entre serviços da mídia e serviços em geral.

Primeiro porque a produção de um programa de televisão é industrial: um produto físico real é gerado a partir de investimentos de capital e de mão de obra. Assim, comparado a serviços como turismo ou construção, nos quais o valor é gerado ao final do serviço, os filmes e programas de televisão são produtos finalizados, mas para distribuição no seu destino final. O distanciamento entre produção e distribuição elimina a possibilidade de transferência de tecnologia ou de emprego de alta qualificação no ponto de distribuição. Em comparação a serviços nos quais os países em desenvolvimento poderiam competir no custo da mão de obra, a produção de produtos midiáticos é organizada de tal forma que quase todos os investimentos em mão de obra – e mão de obra

qualificada – ocorrem em centros localizados a grande distância do ponto de distribuição.

Em segundo lugar, todos os custos do produto incidem na produção da primeira cópia do filme ou do programa de televisão. Cópias adicionais podem ser produzidas de forma muito mais barata. Assim, a lucratividade do setor depende mais do controle estratégico e da cronometragem do lançamento do filme ou programa, um processo que tem se tornado mais complicado na medida em que o número de postos potenciais de distribuição tem se multiplicado em todo o mundo. Essa limitação no lucro potencial intensifica a necessidade de se controlar a distribuição de maneira rigorosa como, por exemplo, com a propriedade de redes de distribuição (Christopherson & Ball, p. 250-251).

Outra complicação está no fato de que programas de televisão e filmes são, ao mesmo tempo, mercadoria e serviço. Os conteúdos podem ser distribuídos em formatos tangíveis, mas também por meios intangíveis, como ondas de rádio. Além disso, vários estudos têm observado que é difícil medir de maneira confiável o volume real desse comércio (Buback, 1969; Widman & Siwek, 1988). E um tratado do Acordo Geral de Comércio e Tarifas que permita a existência de algumas barreiras comerciais sob a luz das políticas culturais ainda está para ser visto. Este procedimento é permitido por um código da Organização para Cooperação Econômica e de Desenvolvimento (OECD), que trata da liberalização das Operações Invisíveis Atuais (anexo IV até o anexo A), e determina que: “Por razões culturais, sistemas de apoio à produção de filmes para exibição em cinema podem ser mantidos desde que não distorçam significativamente a concorrência internacional nos mercados de exportações”. O acordo do GATT concluído em dezembro de 1993 não incluiu o setor de serviços audiovisuais. Os agentes mais poderosos se dividiram entre a perspectiva de livre comércio incentivada pelos Estados Unidos e a perspectiva de uma política cultural defendida pela União Européia. Essa falta de acordo tem importância secundária, porque os dois lados não discordam no básico, que diz respeito à natureza comercial da cultura e da informação enquanto artigos negociáveis.

As políticas européias têm, já há algum tempo, determinado que a radiodifusão, por exemplo, é um serviço comercial e está sujeito às regras de concorrência do mercado no tratado da Comunidade Econômica Européia (EEC). O desejo europeu de isentar a cultura das regras do comércio internacional não é motivado por princípios profundos. É provável que, em uma negociação, um acordo ou um pacto global de comércio possa surgir. Por enquanto, os agentes principais têm concordado em discordar. Em fevereiro de 1994 tanto os principais agentes dos Estados Unidos (como o MPAA) quanto a Comissão Européia deram indícios de que pretendiam harmonizar suas posições divergentes na questão dos serviços comercializados de mídia.

Durante as negociações na conferência de Seattle da Organização Mundial do Comércio (novembro de 1999), o governo dos Estados Unidos propôs a retirada de isenção dos produtos de radiodifusão e audiovisuais nos acordos

existentes de liberalização das telecomunicações. As atuais isenções são parte do Quarto Protocolo do Acordo Geral de Comércio e Serviços mencionado anteriormente. Os radiodifusores públicos europeus rejeitaram a proposta e essa posição foi fortalecida pelo protocolo de radiodifusão para o serviço público anexado ao Tratado de Amsterdã da União Européia, em junho de 1997. A União Européia concordou que o serviço público de radiodifusão está relacionado com as necessidades culturais, sociais e democráticas para preservar o pluralismo da mídia. A significação social e cultural da radiodifusão pública foi reconhecida, com permissão para operar fora das regras de financiamento de mercado. Nas negociações da Organização Mundial do Comércio, a questão dos serviços comercializados de mídia continua matéria controversa.

Lições de um projeto importante no domínio da política global da mídia de massa

Durante os anos 70, uma coalizão formada por políticos, ativistas de mídia e pesquisadores de comunicação se comprometeu com a criação de uma Nova Ordem Internacional de Informação (NWIO), também identificada como Nova Ordem Internacional de Comunicação e Informação ou nova ordem mundial de informação e comunicação (NWICO). A coalizão almejava uma nova ordem que fosse democrática, que apoiasse o desenvolvimento econômico, enfatizasse a troca internacional de idéias, compartilhasse o saber entre todos os povos do mundo e melhorasse a qualidade de vida.

Essa aspiração foi publicamente expressa pela primeira vez em Argel, em um encontro de chefes de Estado de países não-alinhados. Esse encontro deu início a um projeto que – depois de anos de muita comoção e raiva e pouca realização concreta – desapareceria novamente da agenda política mundial. Entre os vários fatores que contribuíram para o fracasso da NWIO, o mais crítico foi a falta de participação das pessoas.

O esforço para democratizar a comunicação nos anos 70 não representou um processo democrático. O debate foi principalmente uma troca entre atores governamentais e comerciais. As pessoas comuns não estavam no jogo. O projeto foi concebido pelas elites políticas e intelectuais. Pouca ou nenhuma atenção foi dispensada aos interesses das pessoas ou mesmo à necessidade de se envolver cidadãos comuns no debate.

A discussão sobre NWIO esteve firmemente enraizada no paradigma das relações internacionais. Este paradigma concebia o mundo como um sistema centrado no Estado e fracassou em levar em conta os numerosos atores não estatais que haviam se tornado forças fundamentais para a política mundial. Como conseqüência, o debate da NWIO nunca promoveu explicitamente a noção de que a proteção efetiva dos direitos democráticos não poderia ser garantida sob o sistema convencional do Estado-nação. Um problema crítico era que o paradigma realista encobria a dimensão interna da soberania estatal enquanto se centrava em fatores externos. Assim, o Estado-nação era visto como protetor das liberdades de seus cidadãos contra as reivindicações externas feitas por outros Estados. Mas o

Estado visivelmente soberano tende também a se apropriar do controle sobre seus cidadãos nesse processo – o que segue a visão do filósofo Thomas Hobbes (1638-1709), ao propor que somente a soberania absoluta do Estado (ao qual ele se referia como o *Leviatã*) pode controlar o permanente conflito entre os agentes civis. Essa posição ignora que a soberania estatal representa mais do que a emancipação dos poderes dos imperadores, de papas e da nobreza.

O desenvolvimento de Estados soberanos legítimos caminhou junto com o desenvolvimento do igualitarismo, no qual os sujeitos se tornaram cidadãos. A Revolução Francesa e a Revolução Americana deram à luz tanto a Estados-nações independentes quanto a cidadãos com direitos civis básicos. A Revolução Francesa, por sinal, reconhecia a primazia da soberania do povo. Este reconhecimento não foi aceito no projeto da NWIO, que não foi um movimento do povo. No que aspirava a uma ordem democrática foi uma “democratização vinda de cima”. Tal como o projeto da NWIO, o projeto popular atual para a construção de uma Infra-estrutura Global de Informação (GII) é guiado por interesses e apostas de governos e corporações. É o campo bilateral de jogo dos “príncipes” e “mercadores” e as pessoas comuns são ocasionalmente mencionadas como cidadãos ou consumidores, mas não desempenham papel essencial algum.

Uma preocupação da elite do GII é, na verdade, que as pessoas não fiquem tão agitadas em relação ao futuro digital quanto as próprias elites estão. Pode ser que homens e mulheres comuns não estejam ansiosamente esperando acreditar que a realidade virtual possa resolver os problemas de suas vidas cotidianas. Muitos dos relatórios oficiais sobre a sociedade da informação dão ênfase à necessidade de promover a consciência entre os consumidores. Uma preocupação central dos construtores da super via da informação é que os consumidores possam estar indecisos quanto a incluir serviços digitais ao atual suprimento de mídia, se tiverem que pagar por eles.

O projeto GII, portanto, precisa convencer as pessoas de que a sociedade da informação trará grandes melhorias em estilo de vida, conforto e bem-estar geral. Isso torna as pessoas alvos importantes para a propaganda e o marketing. Nenhum envolvimento sério dos movimentos populares, porém, está presente na realização do GII. Nenhuma negociação trilateral está ocorrendo entre governos, indústrias e movimentos sociais para compartilhar a tomada de decisões sobre nosso futuro comum favorito. Como o projeto dos anos 70, o projeto GII é sobre “democratização que vem de cima” e é improvável que seja eficaz em tornar a comunicação mundial mais democrática.

A política de comunicação global hoje

A atual política da comunicação global é dominada por um conjunto de oito questões que irão moldar o futuro da comunicação global. A administração dessas questões é complicada porque as agendas políticas da comunidade mundial são fortemente divididas e conflituosas. A agenda da política neoliberal é comercialmente orientada e centrada no mercado. Essa agenda propõe a liberalização dos mercados nacionais, a suspensão das restrições

comerciais e o fortalecimento dos direitos dos investidores. Em oposição está a agenda política humanitária, que coloca os interesses dos cidadãos no centro da realização da política global e deseja que os direitos humanos sejam levados tão a sério quanto os direitos de propriedade e os investimentos na política de comunicação global.

Acesso

A agenda neoliberal percebe as pessoas primariamente como consumidores e aspira a lhes prover o acesso às infra-estruturas de comunicação de forma que elas possam ser integradas na sociedade global de consumo. A agenda humanitária percebe as pessoas como cidadãos e deseja que elas sejam suficientes letradas, de forma que as infra-estruturas de comunicação possam ser usadas para promover a participação democrática.

Conhecimento

Na agenda neoliberal, o conhecimento é um artigo que pode ser processado e possuído por grupos privados e os direitos de propriedade dos produtores de conhecimento deveriam ser rigidamente reforçados. Na agenda humanitária, o conhecimento é um bem público que não pode ser apropriado de forma privada.

Propaganda global

A agenda neoliberal tem forte interesse na expansão da propaganda global. Isto implica, entre outras coisas, mais espaço comercial na mídia (meios de comunicação de massa e internet); novos públicos alvo (especialmente crianças); mais patrocínios (filmes, orquestras, exposições) e mais lugares para anunciar (os ubíquos *outdoors*). A agenda humanitária está preocupada com as implicações ecológicas da promoção mundial da sociedade de consumo e o crescente abismo entre aqueles que compram nos shoppings (eletrônicos) globais e aqueles que podem somente se admirar. Além disso, a agenda humanitária tem forte interesse em defender os espaços públicos contra sua exploração comercial.

Privacidade

A agenda neoliberal tem forte interesse na exploração de dados: a coleção sistemática, armazenagem e processamento de massas de dados sobre indivíduos para criar perfis de clientes para propósitos comerciais. A agenda humanitária tem forte interesse na proteção da privacidade das pessoas e na criação de atitudes críticas entre os consumidores para manter suas informações pessoais mais adequadamente.

Direitos de propriedade intelectual

A agenda neoliberal tem forte interesse no reforço rígido de um sistema baseado no comércio para a proteção dos direitos de propriedade intelectual que forneça um amplo grau de liberdade para os detentores dos direitos comerciais transnacionais explorarem esses direitos. Esses detentores de direitos de propriedade intelectual têm, igualmente, interesse em expandir o período

de proteção, bem como os materiais que podem ser colocados sob proteção. A agenda humanitária está preocupada com que sistema atual sancione a pilhagem de recursos em grande escala de informação genética (biopirataria) nos países pobres e sirva mais aos interesses de proprietários associados do que aos interesses das comunidades locais ou de criadores artísticos individuais. Esta agenda tem forte interesse em proteger os interesses da propriedade comum de recursos culturais e em proteger os recursos de domínio público contra sua exploração por empresas privadas.

Comércio na cultura

A agenda neoliberal tem forte interesse na aplicação de regras do direito comercial internacional para exportação e importação de produtos culturais. Sob essas regras, os países não têm permissão de tomar medidas que restrinjam as importações culturais como parte de sua política cultural nacional. A agenda humanitária está interessada em ter a cultura isenta das cláusulas do comércio e em permitir medidas nacionais para a proteção da autonomia cultural e do espaço público local.

Concentração

A agenda neoliberal tem forte interesse em criar elos de negócios (aquisições, fusões, empreendimentos conjuntos) com parceiros para consolidar posições de controle no mercado mundial e quer criar um vácuo regulatório suficientemente amplo no qual possa agir livremente. A agenda humanitária está preocupada com o fato de que as atividades atuais de fusão global tenham conseqüências negativas tanto para consumidores como profissionais, no que diz respeito à redução da diversidade e na perda da autonomia profissional.

As propriedades públicas

A agenda neoliberal deseja a exploração privada de propriedades públicas, como as ondas de rádio, e promove leilão desses recursos para grupos privados. A agenda humanitária deseja manter como propriedade pública a herança humana comum, de forma que as solicitações da comunidade e a contabilidade pública permaneçam assegurados.

Defesa civil

Atualmente, a batalha entre essas duas agendas conflitantes é travada com desigualdade de armas. A agenda comercial é apoiada por uma clientela forte, com membros de destaque da Organização Mundial de Comércio e poderosos *lobbies* de negócios (como a Aliança de Negócios de Software e o Diálogo Global de Negócios). A agenda humanitária, embora crescentemente ativa na arena econômica, ainda está em busca de uma clientela ativa na arena global de comunicação. Embora a defesa civil esteja contra opositores temíveis, um movimento global poderia significar um sério desafio político porque representaria os interesses da cidadania democrática e, assim, apresentaria um apelo mais forte à credibilidade do que firmas de negócios. Seria inspirado por noções fundamentais (como direitos humanos universais), teria autoridade moral (superior àqueles levados por interesses comerciais). Poderia usar

o tribunal da opinião pública mais efetivamente do que as corporações para obter maiores concessões de seus oponentes comerciais. Um movimento civil global seria constituído por cidadãos que seriam consumidores ao mesmo tempo e, desta forma, clientes das indústrias midiáticas, o que os transformaria em um *lobby* potente.

No dia 20 de dezembro de 2000, o *International Herald Tribune* utilizou para um de seus artigos a seguinte chamada: “Pequenos grupos de defesa assumem grande papel como consciência da economia global”. Da mesma maneira, seria possível declarar: “Pequenos grupos de defesa assumem grande papel como consciência da política de comunicação global”. A intervenção de coalizões de interesse público no campo da política de comunicação global não acontecerá espontaneamente: exige organização e mobilização. Um começo modesto tem sido a Plataforma para Cooperação sobre Comunicação e Democratização, estabelecida em 1995 e atualmente constituída pelas AMARC, APC, Article 19, CENCOS, Movimento Cultural Ambiental, GreenNet, Grupo de Los Ocho, IDOC, Federação Internacional dos Jornalistas, IPAL, Centro Internacional da Tribuna das Mulheres, MacBride Roundtable, MedTV, OneWorld Online, Panos, Carta de Comunicação do Povo, UNDA, Vidéazimut, WACC, WETV – Televisão de Acesso Global, e Fundação Internacional do Panorama Mundial. Membros da Plataforma têm concordado em trabalhar para o reconhecimento formal do direito de se comunicar. Dão ênfase à necessidade de defender e ampliar o espaço público aberto para o debate, bem como ações que construam entendimento crítico da ética da comunicação, da política democrática e do acesso efetivo e equitativo.

O direito de comunicar é também a preocupação central da chamada Carta de Comunicação do Povo (<http://www.pccharter.net>), iniciativa que teve origem em 1991 com a Terceira Rede Mundial (em Penang, Malásia); o Centro para Comunicação & Direitos Humanos (em Amsterdã, Holanda); o Movimento Cultural Ambiental (nos Estados Unidos); a Associação Mundial dos Transmissores da Rádio Comunitária (AMARC) e a Associação Mundial para a Comunicação Cristã. A Carta fornece uma moldura comum para todos aqueles que compartilham a crença de que as pessoas deveriam ser participantes críticas e ativas da sua realidade social e capazes de se autogovernar. A Carta de Comunicação do Povo poderia ser um primeiro passo no desenvolvimento de um movimento permanente relacionado à qualidade de nosso ambiente cultural.

Esse movimento poderia se desenvolver como instituição permanente para a execução da Plataforma para Cooperação sobre Comunicação e Democratização, talvez na forma de um escritório de investigação para os direitos culturais e de comunicação. Esta idéia segue amplamente uma recomendação feita pela Comissão Mundial da UNESCO sobre Cultura e Desenvolvimento, presidida por Javier Pérez de Cuéllar, em seu relatório de 1995 e intitulado “Nossa diversidade criativa”. A comissão recomendou o esboço de um Código Internacional de Conduta sobre a Cultura e – sob os auspícios da Comissão de Direito Internacional das Nações Unidas – o estabelecimento de um Escritório Internacional de Investigação para os Direitos Culturais (Comissão Mundial, 1995, p. 282). Conforme a comissão registra, uma tal entidade independente e

autosustentada poderia receber solicitação de indivíduos ou grupos oprimidos e aflitos, agir em seu nome e mediar com governos a solução pacífica de disputas. Poderia investigar e documentar casos, incentivar diálogo entre as partes e sugerir um processo de arbitragem e solução negociadas condizente com a efetiva compensação de erros, incluindo quando apropriadas recomendações para recursos legais ou legislativos, bem como perdas compensatórias (p. 283). De forma ideal, o proposto escritório de investigação teria total independência tanto em relação a grupos governamentais quanto comerciais e, como uma agência independente, desenvolveria forte autoridade moral com base em sua especialidade, seu registro de trajetória e a qualidade das pessoas e organizações que formariam sua clientela. Dadas a significação crescente da arena de comunicação global e a urgência da agenda humanitária para sua política de ação, a construção dessa nova instituição global constitui um dos mais excitantes desafios no século XXI.

Referências Bibliográficas

Christopherson, S., & Ball, S. (1989). Media services: Considerations relevant to multilateral trade negotiations. In *Trade in services: sectoral issues* (p. 249-308). Geneva: UNCTAD.

Guback, T. H. (1969). *The international film industry*. Bloomington: Indiana University Press.

Holmes, P., Kempton, J., & McGowan, F.

(1996). International competition policy and telecommunications: Lessons from the EU and prospects for the WTO *Telecommunications Policy*, 20(10): 755-767.

ITU. (1997). *World telecommunication development report 1996/97: Trade in telecommunications*. Geneva.

ITU. (1998a). *General trends in telecommunication reform 1998: World* (vol. 1). Geneva.

ITU. (1998b). *World telecommunication development report: Universal access*. Geneva.

McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage.

NRC-Handelsblad (Daily Newspaper), Rotterdam, July 22, 1998.

Venturelli, S. (1998). Cultural rights and world trade agreements in the information society. *Gazette*, 60(1), 47-76.

Widman, S. S., & Siwek, S. E. (1988). *International trade in films and television programs*. Cambridge: Ballinger.

World Commission on Culture and Development. (1995). *Our creative diversity*. Paris: UNESCO.

Notas

1 Os países presentes à conferência foram: Áustria, Bélgica, Dinamarca, Egito, França, Alemanha, Grã-Bretanha, Grécia, Hungria, Itália, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Portugal, Romênia, Rússia, Servia, Espanha, Suécia, Suíça, Turquia e Estados Unidos.

2 Os seguintes países participaram: Áustria, Baden, Bavária, Bélgica, Dinamarca, França, Hamburgo, Hanover, Itália, Holanda, Noruega, Portugal, Prússia, Rússia, Saxônia, Espanha, Suécia, Turquia e Württemberg. A Grã-Bretanha foi excluída porque sua rede de telégrafo era de propriedade particular. A União também decidiu, em 1858, que o francês e o alemão deveriam ser os idiomas oficiais para os telegramas internacionais.

* Cees J. Hamelink

Professor de Comunicação Internacional na Universidade de Amsterdã e professor de Mídia, Religião e Cultura na Universidade Livre de Amsterdã. Ex-presidente da International Association for Media and Communication Research – IAMCR; fundador do People's Communication Charter, e integrante da International Communication Association. Autor de 16 livros, entre os quais: *The Politics of World Communication* (1994), *World Communication* (1995), *The Ethics of Cyberspace* (2000) e *Human Rights for Communicators* (2003), o Dr. Cees Hamelink também é editor chefe da publicação científica *International Communication Gazette*.

MacBride, a NOMIC e a participação latino-americana na concepção de teses sobre a democratização da comunicação¹

***José Marques de Melo**

Professor Emérito da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, atualmente lecionando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo.

Resumo

Qual a influência exercida pela América Latina na construção do Relatório MacBride e na formulação das teses que embasaram a proposta de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação? A intenção deste trabalho é esclarecer o episódio histórico protagonizado pela UNESCO no ocaso da guerra-fria, ao focalizar as teses sobre a democratização da comunicação e discutir a significação daquela plataforma política na presente conjuntura internacional.

Palavras-chave: Comunicação internacional; história da comunicação; América Latina

Abstract

Which was the influence of Latin America in the construction process of the MacBride Report, and also in the New World Information and Communication Order's agenda setting? This paper intends to explain the historic role played by UNESCO at the end of the Cold War evaluating the views associated to the democratization of communication, and the debate on the importance of that proposal in the present international scenery.

Keywords: *International communication; communication history; Latin America*

Introdução

Pode parecer anacronismo voltar ao Relatório McBride(2) um quarto de século depois da sua divulgação pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO. Exatamente no dia 12 de maio de 1980 o então diretor-geral da Organização, Amadour-Mahtar M’Bow, acolheu oficialmente o relatório da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação (1977-1979), presidida por Sean MacBride e integrada por um grupo de 16 especialistas na matéria, entre eles dois latino-americanos: o colombiano Gabriel Garcia Márquez e o chileno Juan Somavia.

Sua tradução para o português usado no Brasil foi concretizada três anos depois pela Editora da Fundação Getúlio Vargas(3). O documento intitulado *Um mundo e muitas vozes – Comunicação e informação na nossa época* foi traduzido inicialmente para as seis línguas oficiais da Organização: árabe, chinês, espanhol, francês, inglês e russo. Por se tratar de um símbolo da guerra-fria, esse documento parecia condenado ao limbo histórico. Entretanto, ele vem suscitando instigante re-visita neste momento em que a comunidade internacional discute o estatuto da sociedade da informação(4).

Afinal de contas, algumas teses debatidas na recente Conferência de Genebra sobre a inclusão digital estão ancoradas nos mesmos problemas diagnosticados pela Comissão MacBride, cujo foco principal era a exclusão midiática de grupos, comunidades, povos e regiões(5). Para melhor compreender o significado do retorno de MacBride ao atual cenário mundial torna-se indispensável contextualizar sua gênese, desenvolvimento e ocaso.

Contextualização

Nosso ponto de partida é a decisão espetacular tomada por Ronald Reagan, em 1985, rompendo os laços que uniam os Estados Unidos da América à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Esse ato político foi justificado como recusa ao endosso da UNESCO a teses consideradas antidemocráticas, prejudiciais tanto à livre-expressão quanto ao livre-comércio(6).

Se não interrompeu sua filiação àquela agência da ONU, a União das Repúblicas Socialistas e Soviéticas, a outra superpotência que, naquela conjuntura, liderava a cena internacional, assinou com reservas a declaração final da Comissão MacBride. Seu representante, Sergei Losev, denunciou o caráter “demasiadamente ocidentalizado” do documento. Ele o acusava de manter o “empobrecimento das culturas nacionais nos países em desenvolvimento”, justamente por recorrer a “fórmulas já superadas e batidas como o conceito de livre fluxo da informação” (7).

Por se tratar de uma solução de compromisso, negociada habilmente durante dois anos, envolvendo interesses complexos e contraditórios, é compreensível que o Relatório MacBride tenha desagradado a gregos e troianos. Tanto assim que ao ser bombardeado pela diplomacia norte-americana, com o apoio de vários governos e instituições do mundo capitalista, ele não mereceu a

defesa intransigente do bloco comunista, já em processo de desagregação. Essa tarefa foi assumida por intelectuais de renome internacional, bem como por figuras representativas do movimento terceiro-mundista e por instituições de prestígio mundial como a Igreja Católica. (8)

O Relatório continha um alentado diagnóstico sobre a problemática da comunicação no mundo contemporâneo, propondo soluções utópicas para reduzir as desigualdades tecnológicas, os desequilíbrios informativos e as carências cognitivas existentes na geografia do planeta. Não foi sem razão que ele foi rotulado como “missão impossível” por Nordestreng, líder da corporação mundial dos jornalistas e conceituado estudioso da comunicação internacional(9), que sugeria como inexequível a plataforma que embasou a Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação(10).

Vale a pena reproduzir, aqui, a percepção que também expressei no início dos anos 90 sobre o fracasso da campanha desencadeada, tanto no front jornalístico quanto no âmbito acadêmico e na arena diplomática, para respaldar a NOMIC.

“Dez anos depois de sua publicação, o Relatório Mac Bride permanece atual. (...) Suas utopias aguardam terreno fértil para vicejar. (...) Na verdade, as idéias contidas no documento produzido por Sean MacBride nunca foram combatidas na essência. (...) A conjuntura política foi-lhe desfavorável. Nos estertores da guerra fria, as grandes potências ocidentais ditaram sua sentença de morte. (...) MacBride tinha consciência de que a NOMIC não se esgota num conjunto de preceitos mágicos, correspondendo efetivamente a um processo histórico” (11).

Por isso mesmo, a releitura do Relatório MacBride, neste limiar do século XXI, converte-se em exercício desafiador. O cenário mudou completamente, com a derrocada da URSS. A ascensão dos EUA à condição de potência hegemônica estabelece nova correlação de forças no cenário mundial. Nesse sentido é que recente decisão de George Bush, reconduzindo seu país ao seio da UNESCO, suscita interrogações. Da mesma forma, que chama atenção postura assumida pela Organização Mundial do Comércio (OMC) ao acolher demandas sobre a circulação dos produtos culturais, respaldando as cotas européias. Isso pode ser interpretado como a legitimação de uma das teses de MacBride, no sentido de balancear o fluxo mundial dos produtos midiáticos(12).

América Latina

Ao fazer o resgate crítico da participação latino-americana naquele mutirão capitaneado emblematicamente por MacBride e de reconhecer as tarefas pendentes para efetivar a democratização da comunicação em nosso continente, torna-se indispensável destacar cenários e personagens que deram sentido àquela batalha política.

O estadista irlandês Sean MacBride(13) visitou a América Latina durante o biênio 1977-1979, quando exercia a presidência da Comissão Internacional

para o Estudo dos Problemas da Comunicação, constituída pelo então diretor-geral da UNESCO, Amadou-Mahtar M'Bow(14).

Suas reuniões de trabalho usualmente eram realizadas em Paris, na própria sede da UNESCO. No entanto quatro encontros foram programados em distintos cenários: Suécia, Iugoslávia, Índia e também o México. Essa peregrinação por diferentes lugares do planeta tinha a intenção de “conhecer melhor problemas culturais e sociais de natureza diversa e estabelecer contatos com profissionais e pesquisadores que têm opiniões diferentes sobre os aspectos fundamentais da comunicação nas várias sociedades”.

Da visita ao México ficou uma recordação bem nítida sobre a natureza cultural dos fenômenos comunicacionais. MacBride afirma textualmente: “Na América do Sul, nossas palestras com um grande número de escritores, profissionais e especialistas da comunicação social se centralizaram na correlação entre a cultura e a comunicação”.(15)

Depois disso, quando a UNESCO divulgou o conjunto das propostas para a edificação da NOMIC – Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação, Sean MacBride foi bondosamente aclamado ou cruelmente denegrido em toda a América Latina. Vivíamos uma conjuntura matizada pelo esgotamento dos regimes militares instituídos logo em seguida à Revolução Cubana. Tínhamos uma moldura balizada pela distensão mundial resultante do entendimento possível entre as duas superpotências – União Soviética e Estados Unidos – no sentido de evitar a catástrofe nuclear.

Mas aquela sensação de fim da “guerra fria” durou muito pouco. A veloz decomposição do império soviético e a imediata ascensão do neoliberalismo determinaram a morte prematura das teses patrocinadas por MacBride. Elas haviam sido costuradas num momento politicamente favorável ao movimento dos países não-alinhados. Estes barganhavam concessões dos blocos capitalista e socialista, sob a forma de investimento financeiro ou assistência técnica, em troca de apoio ou neutralidade nos fóruns internacionais capitaneados pela Organização das Nações Unidas – ONU.

Com o desaparecimento da polarização Leste/Oeste perderam o sentido aquelas propostas aprovadas pela Conferência Geral da UNESCO, que se enraizavam em postulados consensuais (como o fortalecimento da paz, o desenvolvimento dos povos e o bem estar da humanidade), mas que também embutiam projetos controvertidos (principalmente aqueles relacionados com o controle dos meios de comunicação).

O multilateralismo, então vigente nas relações internacionais, foi substituído pela política do fato consumado erigida espetacularmente pela aliança Reagan-Tatcher. A reintrodução da “lei do mais forte” na arena mundial, cujo marco decisivo foi a invasão de Granada(16), antecipava o protagonismo unipolar dos EUA. Seus desdobramentos políticos foram simbolizados pela Guerra do Golfo Pérsico, bem como pelos atentados terroristas, perpetrados nas Torres Gêmeas, Estação de Atocha e outros cenários.

A verdade, nua e crua, é que a UNESCO foi desqualificada como fórum competente para sinalizar os problemas mundiais da comunicação. Mais do que isso: viu-se desprovida de recursos suficientes para implementar as metas prioritárias da NOMIC. Com o rompimento dos USA e da Inglaterra, seu todo-poderoso secretário-geral, o senegalês M'Bow, foi convenientemente removido de cena, acusado de favorecer o radicalismo terceiro-mundista. Na gestão conciliatória do espanhol Federico Mayor Saragosa(17), a própria NOMIC converteu-se em peça histórica. Em seu lugar foi entronizado um programa de fomento às telecomunicações nos países em desenvolvimento.

Mesmo assim, a essência do diagnóstico situacional contido no relatório de 1980 continuou sendo preservada por entidades culturais e organizações não-governamentais atuantes em várias partes do mundo(18). Elas potencializam a consciência coletiva sobre os desequilíbrios internacionais, as desigualdades regionais e as carências locais persistentes no panorama global da comunicação, suscitando evidentemente novas soluções, consentâneas com o espírito dos tempos atuais(19).

Tem sido no bojo de movimentos dessa natureza que MacBride vem retornando à América Latina, seja através da avaliação do relatório oficializado pela UNESCO, seja por intermédio da revisão das teses que embasaram a NOMIC. Trata-se em verdade de re-visitas cíclicas e míticas às idéias da equipe que ele liderou competentemente.

Fui convocado para um desses colóquios em 1990(20), na conjuntura que se esboçou a partir da queda do mundo de Berlim, considerada por alguns analistas como o fim antecipado do século XX. A iniciativa foi tomada pelo Instituto para a América Latina – IPAL – que reuniu protagonistas de várias gerações da Escola Latino-Americana de Comunicação, em plena atividade intelectual. (21) A intenção era fazer um balanço da nossa participação naquele episódio emblemático e delinear as perspectivas latino-americanas frente ao novo século. (22)

Agora em 2005, a Associação Latino-Americana de Pesquisadores da Comunicação – ALAIC(23) – toma a decisão de convocar combatentes e ex-combatentes da NOMIC, apologistas e críticos do Relatório MacBride, memorialistas e exegetas dos problemas da comunicação internacional, nesta conjuntura marcada pelos eventos bélico-midiáticos desencadeados em 11 de setembro (New York, 2001) e 11 de março (Madrid, 2004).

Trata-se de um momento sintomático, no qual há esperanças de reagrupamento de forças que outrora estavam unidas no bloco dos países não-alinhados. O reforço do multilateralismo, implícito na criação do G-20(24), e a articulação do eixo Sul-Sul(25) impulsionados pela diplomacia brasileira(26) sinalizam uma “ordem internacional alternativa”. A Carta de Brasília (2005), divulgada pela Cúpula dos Países América do Sul – Países Árabes, contém evidências dessa opção estratégica.

De forma genérica, são reafirmados princípios relacionados com o

diálogo cultural e político entre as civilizações:

“Sublinham a importância de medidas de construção da confiança e do entendimento mútuo para a coexistência pacífica entre as nações, reconhecendo, nesse contexto, o alcance da globalização e a importância de se preservar a identidade nacional e respeitar a diversidade cultural, bem como o papel dos intercâmbios culturais e do diálogo entre as civilizações na construção de um mundo em que prevaleçam a tolerância e a inclusão. Nesse sentido, apóiam também recentes iniciativas, tais como a “Aliança de Civilizações”, que visam a promover o diálogo cultural e político entre as civilizações e as iniciativas do Estado do Catar referentes ao diálogo entre civilizações e religiões”.(27)

De forma específica, foi endossada a luta pela redução do fosso digital:

“Reafirmam a importância da ampla participação de todas as partes interessadas, no mais alto nível, na segunda etapa da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação, que se realizará na Tunísia, entre os dias 16 e 18 de novembro de 2005, em reconhecimento ao papel fundamental da tecnologia da informação e comunicação (TIC) no mundo contemporâneo, seu impacto positivo na promoção de iniciativas de cooperação entre os países e sua contribuição para reduzir o fosso digital que os divide e fortalecer-lhes a estabilidade”. (28)

Fica no ar a pergunta: quais as suas possibilidades de êxito?

“Sonho a léguas da realidade” é tese de uma corrente de pensamento. Seu argumento: “essa oposição entre o mundo dos justos e pobres (...) e o mundo do mal encarnado pelo capitalismo globalizado” mostra-se “incompatível com a continuidade da agenda econômica (...), além de incompatível com a realidade de nossa pauta comercial e financeira”. (29) *“Espírito universalista” é a justificativa apresentada pela corrente que defende “esforços na construção de um diálogo entre países ricos e em desenvolvimento”.* (30)

Em seu discurso de encerramento da Cúpula Árabe-Sul Americana, o Presidente Luis Inácio Lula da Silva, vislumbra claramente sua complexidade, ao comparar a emergente comunidade de nações a uma árvore.

“Essa árvore pode ser muito alta, mas seus galhos serão frágeis e poderão quebrar com a falta de democracia, com o terrorismo existente por causa da má distribuição da riqueza.”.(31)

Para iluminar o curso atual do processo histórico, permitindo julgamentos capazes de potencializar os acertos contabilizados e os erros cometidos, torna-se útil resgatar a singularidade da participação latino-americana na arquitetura do Relatório MacBride.

Protagonismo histórico

A presença da América Latina na Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação constituída pela UNESCO foi exercida por dois grandes intelectuais: o escritor colombiano, Gabriel Garcia Márquez(32),

e o diplomata chileno, Juan Somavía(33). Eles atuaram como porta-vozes das inquietações e anseios latino-americanos perante os membros daquele colegiado. Promoveram, ao mesmo tempo, o amplo debate das idéias que circulavam nos fóruns da UNESCO, junto aos círculos acadêmicos e profissionais da região. Desta maneira, foram capazes de retro-alimentar uma discussão que, desde o início, mostrou-se multifacetada, instigante e controversa.

Além de expressar suas próprias concepções e percepções sobre os fenômenos comunicacionais, eles naturalmente recorreram ao conhecimento acumulado em nossa região, potencializando de forma inequívoca o pensamento latino-americano. Quais as obras e respectivos autores que eles legitimaram? Que idéias foram incorporadas ao arcabouço teórico do documento final ?

Examinando detidamente o texto produzido pela equipe MacBride, verificamos que ali se destacam três expoentes da Escola Latino-Americana de Comunicação(34): o brasileiro Paulo Freire(35), o boliviano Luis Ramiro Beltrán(36) e o chileno Fernando Reyes Mata(37). O conceito de “invasão cultural” elaborado por Paulo Freire em seu best-seller “Pedagogia do Oprimido” (1970) embasou a argumentação concernente à influência externa, no capítulo 11 do Relatório, que trata das “características dominantes no conceito de comunicação” (p. 260-276). A tese de Paulo Freire é a seguinte:

“A invasão cultural, que está a serviço dos fins da conquista e continua a opressão, implica sempre uma visão estreita da realidade, uma percepção estática das coisas e a imposição a outro de uma concepção do mundo. Implica a ‘superioridade’ do invasor e a ‘inferioridade’ do invadido, ao mesmo tempo que a imposição de valores por aquele que possui este e que teme perdê-lo”.

Ela foi assimilada naquela parte em que o Relatório problematiza o impacto das companhias transnacionais que exportam produtos culturais.

“As empresas transnacionais desempenham papel cada vez ativo no estabelecimento, no plano mundial, das infra-estruturas de comunicação, na difusão de notícias, na produção de elementos culturais, de meios de programação educativos, de filmes, de livros e de outros materiais, assim como no que se refere à formação. (...) Quando essas influências passam a ser dominantes, em culturas muito diferentes, disso deriva uma uniformidade imposta dos gostos, do estilo e do conteúdo.” (...) Termina questionando: “...isto é o tipo de intrusão que constitui um dos problemas que se coloca para todos os que examinam os assuntos internacionais em matéria de comunicação.”

Dois outros conceitos absorvidos pelo documento são os de “comunicação alternativa” e de “comunicação horizontal”. O primeiro foi inspirado pelo chileno Fernando Reyes Mata e está contido no item referente às “brechas comunicacionais” que permitem romper a muralha interposta na sociedade pelas indústrias midiáticas. MacBride refere-se ao fenômeno, no capítulo 12 – democratização da comunicação (pág. 285) -, descrevendo-o como uma

“série muito ampla de iniciativas, cuja característica comum é a oposição à comunicação oficial institucionalizada”. Fica bem clara sua finalidade: “expressar os pontos de vista de uma grande variedade de minorias sociais e culturais ou de grupos que antes viviam num gueto de comunicação”.

O conceito original de Reyes Matta está contido em texto escrito especialmente para subsidiar o trabalho da comissão que justificou a NOMIC – *Experiences Alternatives: Pratiques de la Communication en Amerique Latine*. Contudo, ele foi mais bem explicitado na antologia “Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas” (México, ILET, 1983) resultante do seminário que ele promoveu no México em 1982, como parte do programa ALTERCOM, financiado pela Fundação Friedrich Ebert.

Por sua vez, o conceito de “comunicação horizontal” ancora-se na proposta de um novo modelo de comunicação - “humanizado, não elitista, democrático e não-mercantil” -, formulada pelo boliviano Luis Ramiro Beltrán na reflexão intitulada “Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias” (New York, Cornell University, 1974). Ele foi resgatado pelo Relatório MacBride, fundamentando o “direito à comunicação” como uma das condições necessárias à democratização comunicacional:

“Acredita-se que comunicação seja um processo bilateral, cujos participantes – individuais ou coletivos – mantêm um diálogo democrático e equilibrado. Essa idéia do diálogo, contraposta à de monólogo, é a própria base de muitas idéias atuais que levam ao reconhecimento de novos direitos humanos” (p. 287).

Talvez por vislumbrar claramente a influência do pensamento latino-americana no espírito da “democratização da comunicação” reivindicada pela Comissão MacBride, é que os dois representantes da América Latina – Garcia Márquez e Somavia – fazem questão de salientar positivamente apenas dois aspectos do Relatório(38).

A intenção democratizante

“A atenção dedicada ao problema da democratização é muito significativa. Estruturas mais democráticas de comunicação constituem uma exigência nacional e internacional para os povos de todo o mundo. A promoção do acesso, da participação, da descentralização, da gestão aberta e da falência do poder concentrado nas mãos de interesses comerciais ou burocráticos é um imperativo universal, e adquire importância crucial para os países do Terceiro Mundo, dominados por regimes minoritários e opressores”. (p. 464)

O sentido atribuído à comunicação

“Comunicação não se reduz à informação. É fator determinante de todos os processos sociais e elemento fundamental no modo de organização das sociedades. Este enfoque, adotado no Relatório permite uma compreensão mais ampla e mais bem equilibrada nos problemas pendentes, e dá aos temas

concretos uma perspectiva mais geral, o que permite situar o debate geral da comunicação no contexto global, ao mesmo tempo político, econômico e cultural, como se deve” (p. 464-465)

Fora isso, Garcia Márquez e Somavia identificam algumas fragilidades no documento da UNESCO, ressaltando os três pontos que seguem.

1. A tendência à glorificação tecnológica

“Em diversas partes do Relatório, verifica-se uma tendência a ‘glorificar’ as soluções tecnológicas que podem ser dadas aos problemas contemporâneos da comunicação. Queremos destacar que a promessa tecnológica não é neutra, como também não está isenta de todo sistema de valores. As decisões em semelhante campo têm enormes conseqüências políticas e sociais. A sociedade deve estabelecer os instrumentos necessários para avaliar as diversas possibilidades ao seu alcance.” (p. 465)

2. O perigo da dominação cultural

“É legítimo e indispensável destacar a necessidade de desenvolver as infra-estruturas de comunicação nos países do Terceiro Mundo, mas não se deve exagerar sua importância. A solução dos problemas atuais em matéria de comunicação não é apenas uma questão de dinheiro e de formação. (...) Toda a ação nesse campo deveria ser objeto de estudo minucioso, com o objetivo de reforçar as estruturas dos poderes minoritários nos países do Terceiro Mundo, e não de servir de veículo para a dominação cultural.” (p. 465)

3. A minimização da pesquisa científica

“Em geral, o Relatório não reconhece suficientemente a importância do papel desempenhado pela pesquisa para tornar a comunicação um dos temas centrais do debate atual e para respaldar as decisões adotadas pela Comissão. Particularmente, no capítulo dedicado à pesquisa deveria ter sido destacada mais claramente a importância fundamental que continua tendo a pesquisa profissional e séria para promover a compreensão desses temas e esclarecer os fenômenos estruturais subjacentes.”

As tarefas pendentes

Ao inventariar a situação dos fenômenos comunicacionais, no panorama mundial deste início do século XXI, distante 25 anos da difusão do Relatório MacBride, torna-se indispensável reconhecer que inúmeras tarefas continuam pendentes, esquecidas, inacabadas, mas também que outras caducaram, envelheceram, perderam o sentido.

Tomando como referência as lacunas e deficiências apontadas por Garcia Márquez e Somavia no texto final daquele documento, vamos revisar o que precisa ser feito ou retomado em duas frentes: a democratização da comunicação e a contribuição do trabalho de pesquisa. O quê significa democratizar a comunicação ? Por quê?

Os pressupostos em que se fundamenta a equipe liderada por MacBride são dois:

1) existe uma “falha das relações democráticas” na sociedade contemporânea, dificultando a sintonia entre o mundo da comunicação e os desejos populares;

2) na medida em que a comunicação vive ‘uma época de rápidas mutações’, torna-se indispensável estabelecer relações democráticas de forma “dinâmica, evolutiva e não estática”.

Assim, o processo de democratização consiste essencialmente na transformação do indivíduo em sujeito ativo, superando o estágio em que figura como mero objeto da comunicação. Para tanto, deve-se aumentar: a) a variedade de mensagens intercambiadas; b) a participação cidadã, logrando melhorar a qualidade da representação social.

Meta dessa natureza só será atingida se houver infra-estrutura comunicacional suficiente para atender as demandas sociais e se forem asseguradas condições de liberdade capazes de permitir o desempenho responsável dos agentes comunicacionais. Nas sociedades economicamente pauperizadas e nos países onde predominam regimes políticos autoritários o processo de democratização da comunicação esta previamente bloqueado.

Outro obstáculo reside na falta de competência cognitiva para decifrar ou compreender as mensagens disseminadas pelos meios de comunicação. Em situações dessa natureza, as tarefas pendentes são:

a) Desenvolvimento econômico, de modo a garantir a disponibilidade de tecnologias apropriadas para o funcionamento das organizações midiáticas:

b) Desenvolvimento político, de modo a superar o autoritarismo, criando estruturas democráticas de poder, legitimadas pelo conjunto da sociedade;

c) Desenvolvimento educativo, de modo a proporcionar conhecimentos suficientes para que a população possa consumir os produtos midiáticos, compreendê-los e aplicá-los na vida cotidiana.

Enquanto persistirem tais obstáculos sócio-econômicos e carências político-culturais, o Relatório sugere uma espécie de “queima de etapas”, aproveitando as “brechas na muralha”. São propostos quatro métodos:

1. Fortalecimento do direito de resposta e de crítica, estimulando a retroinformação, no sentido de permitir que os responsáveis pelos meios de comunicação venham a captar os anseios do público;

2. Incremento da participação de “leigos” na produção e emissão de programas, utilizando “ativamente” as fontes de informação;

3. Fomento da comunicação “alternativa”, geralmente de caráter local;

4. Estímulo à participação da coletividade na “gestão” midiática,

culminando até mesmo com sua forma mais radical, a “autogestão”.

Trata-se de caminhos complicados, dificilmente transitáveis. Vamos comentar por partes, tomando como referência sua aplicação nas sociedades latino-americanas de hoje. Apesar de plenamente exequível, em havendo vontade política dos dirigentes midiáticos, o “direito de resposta e de crítica” esbarra nas carências cognitivas da grande maioria da população. Os grandes contingentes encontram-se excluídos do sistema escolar e não adquiriram competência lingüística, nem adestramento societário, para potencializar oportunidades desse tipo.

Quanto à participação de “leigos” na produção midiática trata-se de uma possibilidade restrita aos micro-meios de comunicação, que funcionam em regime semi-artesanal(39). No caso dos grandes meios, essa possibilidade esbarra no sistema produtivo que os caracteriza, pautado por rotinas fixas e prazos rígidos, cujo rompimento significa perigo para a saúde financeira das empresas.

O fomento à comunicação “alternativa” tem se mostrado eficaz, em situações historicamente determinadas, quando o conjunto da sociedade está mobilizado para alcançar metas de interesse coletivo. Foi o caso da “imprensa nanica” dos anos 60/70, que teve papel decisivo na criação de uma consciência nacional pelo fim do autoritarismo e pela restauração da democracia em vários países(40). Ainda existe espaço, no panorama contemporâneo, para iniciativas dessa natureza, principalmente nos âmbitos regional e local.

A proposta de co-gestão ou “autogestão” só pode ser viabilizada em meios de comunicação pertencentes ao Estado ou às organizações sociais, tendo em vista os dispositivos legais vigentes, garantindo liberdade de iniciativa às empresas privadas de comunicação. Mas a questão da democratização da comunicação não se restringe, no Relatório MacBride, a intervenções pontuais nos processos de emissão de conteúdos ou no seu controle gerencial. O documento inclui ainda dois outros aspectos, que sinalizam em direção aos usuários ou receptores das mensagens midiáticas.

Um deles diz respeito ao “desenvolvimento do espírito crítico do público”. A intenção é a de criar mecanismos capazes de orientar os cidadãos a respeito da natureza das instituições midiáticas, alertando-os para discernir conscientemente o que está embutido nas mensagens difundidas. Tal atitude pode conduzir a situações concretas, como, por exemplo, a constituição de “grupos de pressão”, vocacionados para “protestar” contra os desvios, os equívocos ou as manipulações das indústrias do setor. Mas também pode desaguar na criação de “grupos de intervenção”, destinados a “influir” na agenda midiática, incluindo temas e problemas de interesse comunitários, corporativo ou coletivo.

O outro aspecto diz respeito ao fortalecimento do “direito à comunicação”, que não se restringe ao direito elementar de “ser informado”, mas pressupõe o direito avançado de “expressão” ou de “livre circulação” das idéias e do conhecimento. Trata-se, evidentemente, de um direito cujo exercício pleno

ancora-se no repertório intelectual dos sujeitos comunicantes, conseqüência imediata da universalização dos processos educacionais.

Dessa forma voltamos à mesma questão antes formulada. A comunicação não atua independentemente de fatores como educação, tecnologia e vontade política. Em outras palavras, as tarefas pendentes no sentido de democratizar a comunicação na nossa sociedade situam-se em patamares prévios aos processos midiáticos – escolarização eficaz, investimentos em infra-estrutura e distribuição de renda(41). Sem que tais fatores sejam acionados e produzam efeitos duradouros, as tarefas de democratização da comunicação correm o risco de ficarem simplesmente reduzidas a figuras de retórica.

Finalmente, devemos examinar a contribuição do trabalho de pesquisa para a construção de uma nova ordem mundial da comunicação, particularmente para implementar a sua democratização no interior das sociedades e das comunidades.

Ao fazer um balanço histórico do desenvolvimento da pesquisa em comunicação, o Relatório MacBride destaca duas dimensões: sua juventude (adotando como marco inicial a década de 30 do século XX, quando as próprias empresas de comunicação começam a se valer de dados quantitativos para a tomada de decisões estratégicas) e seu antropocentrismo (considerando que os fenômenos estudados possuem especificidades culturais no âmbito das sociedades observadas, donde a impropriedade de transferência mecânica dos seus pressupostos e resultados para outras realidades).

Em função disso, os participantes da comissão da UNESCO clamam por estudos comparativos, destinados a ensejar a análise contextualizada dos processos comunicacionais identificando generalizações comprovadas internacionalmente e apontando singularidades produzidas por fatores de natureza étnica, social ou geopolítica.

Nessa linha de reflexão, o documento faz uma crítica contundente à transferência de conhecimentos comunicacionais produzidos em sociedades desenvolvidas (capitalistas ou socialistas) para os países do então chamado terceiro mundo. O argumento principal é o de que tais estudos se fundamentam princípios e conduzem à formulação de modelos que não correspondem à “realidade nem às necessidades” dos países em desenvolvimento.

Para enfrentar esse tipo de descompasso entre a reflexão e a ação, o Relatório MacBride sugere a construção de formas apropriadas para o conhecimento dos nossos fenômenos comunicacionais, ensejando teorias e metodologias capazes de contribuir para a edificação de políticas públicas sintonizadas com as aspirações nacionais ou regionais. E conclui de modo explícito: “Levando em conta a função central da comunicação no mundo moderno, não se trata de assunto teórico, mas de necessidade prática”.

Esta constitui sem dúvida a mais importante tarefa pendente na nossa academia, porque ainda continuamos a gravitar em torno dos modismos teóricos importados dos países que situamos na vanguarda internacional. Mais

do que isso: persistimos aplicando métodos de observação e análise que se mostram inadequados para a solução de problemas cruciais, conduzindo a becos sem saída como os que nos angustiam nesta virada de milênio.

Trata-se de questão a ser priorizada na agenda das nossas sociedades científicas e das comunidades que gravitam em torno das faculdades de comunicação em toda a América Latina. Desde a sua reconstituição, em 1992, a ALAIC tem assumido a vanguarda dessa ofensiva para superar a dependência teórica e metodológica que ainda nos atrela aos modismos forâneos. O grito de alerta está contido no documento histórico “Comunicación Latinoamericana: Desafios de la Investigación para el Siglo XXI” (42). A primeira resposta coletiva deu-se imediatamente, através da antologia *Investigar la Comunicación: propuestas iberoamericanas*. (43)

Na seqüência, duas iniciativas podem ser destacadas. No plano crítico-reflexivo, o inventário teórico-metodológico resultante do VII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, realizado em São Bernardo do Campo (São Paulo, Brasil), em 2003, mapeando a trajetória do pensamento comunicacional latino-americano, da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico(44). No plano analítico-operativo, a iniciativa dos professores brasileiros Jorge Duarte e Antonio Barros, produzindo um manual de pesquisa amplo, plural e prático, que reúne diferentes caminhos para a produção de conhecimentos, devidamente enfocados de acordo com a natureza dos objetos comunicacionais peculiares à realidade brasileira(45).

Contudo, muito resta por fazer. O desafio de elucidar os fenômenos comunicacionais da América Latina adotando perspectivas latino-americanas constitui a principal responsabilidade da nova geração de pesquisadores engajados na área de ciências da comunicação. Do contrário, corremos o risco de permanecer como meros coadjuvantes no cenário intelectual de uma sociedade que se globaliza velozmente, sob a égide de povos ou culturas em torno dos quais temos gravitado nos últimos cinco séculos.

O legado daqueles pioneiros que protagonizaram as batalhas dos anos 70, na arena comandada por Sean MacBride, pode ser um referencial seguro para balizar ações, intervenções, realizações. A NOMIC do século XXI pode ser utopicamente construída a partir da acumulação crítica de conhecimentos empiricamente construídos, segundo metodologias apropriadas (híbridas, mestiças ou até mesmo endógenas), no sentido de gerar teorias suscetíveis de produzir as mudanças que nos conduzam a um tipo de sociedade próspera, justa, plural e democrática.

Notas

1 Texto originalmente apresentado como conferência da sessão de abertura do III Seminário Internacional Latino-Americano de Pesquisa da Comunicação, promovido pela ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, em parceria com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

2 A essência do Relatório MacBride pode ser livremente consultada através da reprodução contida na seguinte fonte: www2.hawaii.edu/~rvincent/mcbcon1.htm

3 Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1983.

4 A agenda da sociedade da informação prioriza variáveis como exclusão, participação, democratização, diversidade. Ver: MARQUES DE MELO, José & SATHLER, Luciano, org. *Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação*. São Bernardo do Campo, Editora UMESP, 2005.

5 Um bom roteiro para entender esse debate no âmbito regional pode ser encontrado na antologia organizada por MARQUES DE MELO, TARSITANO, GOBBI & SATHLER *Sociedade do Conhecimento: aportes latino-americanos*. São Bernardo do Campo: Editora UMESP, 2005.

6 Uma fonte útil para melhor compreensão dos conflitos entre os EUA e a UNESCO é o texto coletivo assinado por William Preston Jr., Edward Herman e Herbert Schiller. *Hope & Folly: The United States and UNESCO, 1945-1985*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989.

7 As ressalvas do representante da URSS, Serei Losev, ao Relatório MacBride foram incorporadas ao Apêndice 1 da versão publicada pela UNESCO. Ver edição brasileira, p. 461-463.

8 O resgate sobre a participação da Igreja Católica nesse movimento foi realizado com argúcia e competência por PUNTEL, Joana – *A Igreja e a Democratização da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994.

9 NORDESTRENG, Kaarle. The Paradigm of a Totality, *Mass Communication Review Yearbook*, 3: 241-249. Beverly Hills, CA: Sage, 1982.

10 A plataforma da NOMIC está contida na famosa *Resolução de Belgrado*, aprovada pela 32ª. Sessão da Assembléia Geral da UNESCO realizada em outubro de 1980.

11 MARQUES DE MELO, José. MacBride e a América Latina. Da guerra fria ao espírito de boa vontade, In: GOICOCHEA, Pedro, ed. – *América Latina: las comunicaciones cara al año 2,000*, Lima, IPAL,/WACC, 1991. (Reproduzido em MARQUES DE MELO, José - *Comunicação e Modernidade*. São Paulo: Loyola, 1991, p. 112-124).

12 A propósito do balanceamento no fluxo internacional de ficção televisiva, ver o ensaio – “Uma nova ordem midiática mundial: realidade/ficção? (A utopia de MacBride e as telenovelas brasileiras)”, publicado em MARQUES DE MELO, José. *Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 387-404

13 Sean MacBride nasceu em Paris (1904), participando ativamente do movimento pela independência da Irlanda, onde exerceu funções destacadas no parlamento e no governo. Agraciado com os Prêmios Nobel (1974) Lénin (1977) da Paz, ocupou destacadas missões internacionais: Pontifícia Comissão de Justiça e Paz, Anistia Internacional, ONU e UNESCO, vindo a falecer em 1988. Os interessados em conhecer sua história de vida podem consultar o livro editado por LAWLOR, Caiteona. *Sean MacBride, a memoir*. London: Mercier Press, 2004.

14 Intelectual senegalês, nascido em Dakar em 1921 e graduado em Letras pela Sorbonne (Paris, 1951), ocupou o posto de Ministro da Cultura do Senegal, passando a atuar no cenário internacional. Foi o sexto Diretor Geral da UNESCO. Durante sua gestão, as jovens nações independentes, aliadas com os velhos países não-alinhados, ocuparam significativo espaço político, protagonizando o movimento diplomático que desaguou na NOMIC. Para entender sua trajetória pode ser útil a leitura do livro: THASSINDA, Thassinda Ubá – *Amadou Mahtar M' Bow: Um Salien a l'Unesco*, Daskasr, Presence Africaine, s.d.

15 MACBRIDE, Sean. Prólogo. In: UNESCO – *Um mundo e muitas vozes*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1983, p. XV.

16 NORDESTRENG, Kaarle. *The MacBride Report: a milestone in the Great Media Debate*. Tampere: Finland, University of Tampere, 2005 (Texto disponível em: www.eca.usp.br/alaic/kaarle.htm).

17 Intelectual espanhol, nascido em Barcelona (1934), iniciou sua carreira acadêmica na Universidade de Granada (1963) e ocupou o cargo de Ministro da Educação e da Ciência do Estado Espanhol (1981). Foi eleito para exercer a Direção Geral da UNESCO, em 1987, ali permanecendo até 1999. Ver em: www.ideal.es/granadinos/federico_mayor.html

18 Segundo PUNTEL, o povo se converteu em “novo agente social” da NOMIC. Vide: PUNTEL, Joana, *A Igreja e a Democratização da Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994, p. 142-148.

19 VINCENT, Richard, NORDESTRENG, Kaarle e TRABEER, Michael, orgs.- *Towards Equity in Global Communication: MacBride Update*. Creskill, NJ: Hampton Press, 1999.

20 O evento foi patrocinado pela World Association for Christian Communication – WACC -, reunindo “la mayor parte de los padres del NOMIC” na América Latina, conforme o registro feito por PINEDA, Migdália – *Las*

ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI. Maracaibo:Universidad de Zulia,, 2004, p. 41.

21 A contribuição que apresentei ao colóquio organizado pelo IPAL está publicada integralmente no capítulo 13 do livro: *Comunicação e Modernidade*. São Paulo: Loyola, 1991, p. 112-124.

22 O balanço dessa reunião está contido no artigo escrito por RONCAGLILO, Rafael. “Tejiendo um nuevo, nuevo orden”, publicado pela revista *Media Development*. London, WACC, 1999, n.3, p. 34.

23 Fundada em Caracas (1978), essa entidade deu sustentação ao movimento pela construção de políticas democráticas de comunicação, mantendo estreita ligação com a UNESCO na fase de promoção da NOMIC (1980-1985). Quando, porém, adveio a crise motivada pelo esvaziamento político da UNESCO, ela enfrentou, como tantas outras organização do gênero, um processo de desaceleração que quase a vitimou. Reconstituída em 1989, passou a desempenhar na última década do século XX um papel decisivo na criação de uma comunidade latino-americana de ciências da comunicação. A propósito da gênese e desenvolvimento da ALAIC ver MARQUES DE MELO, José. Los tiempos heroicos: la formación de la comunidad latinoamericana de la comunicación. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* 1, São Paulo, ALAIC, 2004, p. 10-21.

24 Grupo internacional criado em 1999, contando com a participação dos países mais industrializados do mundo, integrantes do G7 (Alemanha, Canadá, Estados Unidos, França, Inglaterra, Itália e Japão), além de 13 países emergentes (Arábia Saudita, Argentina, Austrália, Brasil, Coréia, China, Índia, Indonésia, México, Rússia, África do Sul e Turquia).

25 Essa conexão ganhou densidade na XI Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento – UNCTAD, realizada em São Paulo, em junho de 2004. “Ao longo da última década, países emergentes têm mostrado taxas de crescimento econômico acima dos observados nos países desenvolvidos. Esse crescimento econômico tem também se refletido na maior participação desses países no comércio mundial. Outra feição importante desse período tem sido o crescente incremento verificado nas trocas comerciais entre esses países em desenvolvimento. As trocas comerciais cresceram cerca de 176% entre 1990 e 2001, saltando de um total de US\$ 278 bilhões, em 1990, para perto de US\$ 767 bilhões, em 2001. No mesmo período, o comércio mundial cresceu 74%, passando de um montante de US\$ 3,4 trilhões, em 1990, para US\$ 5,9 trilhões, em 2001.” Raul de Gouvêa e Tharcisio Souza Santos. Uma nova geografia de comércio, *Universia*, 2/6/2004. Em: www.universiabrasil.net/materia.jsp?materia=4368

26 O professor Isaac Bigio, da London School of Economics, assim define a estratégia diplomática brasileira em relação ao evento Cúpula América do Sul / Países Árabes: “É o maior evento internacional presidido por Lula. É parte de sua estratégia para entrar permanentemente no organismo máximo das Nações Unidas e de encabeçar um bloqueio sul-americano em favor da multipolaridade, que mantenha uma certa autonomia frente a Washington e tenha laços bilaterais com Rússia, Europa, África e Ásia. Junto com a China e a Índia organiza uma linha central com os três colossos geográficos do Sul.”. *Analisis Global*, 22/05/2005. Em: www.bigio.org/bigio2004@yahoo.com

27 Fonte: Íntegra do documento da Cúpula América do Sul – Países Árabes,

Estadão.com.br, 11/05/2005.

28 Fonte: Íntegra do documento da Cúpula América do Sul – Países Árabes, *Estadão.com.br*, 11/05/2005.

29 ALBUQUERQUE, José Augusto Guilhon – Ativismo inconseqüente, *Folha de S. Paulo*, 7/5/2005, p. 3

30 SETEIFENUS, Ricardo – O sul é o nosso norte, *Folha de S. Paulo*, 7/5/2005, p. 3.

31 CATANHEDE, Eliane e DIANNI, Cláudia. No final, Lula diz que falta de democracia é ameaça global, *Folha de S. Paulo*, 12/05/2005.

32 Nascido em Arataca, Colômbia (1921), iniciou sua trajetória intelectual pelo jornalismo, consagrando-se depois como romancista. Sua consagração literária ocorreu em 1972, quando foi agraciado com o Prêmio Nobel de Literatura. Disponível em: www.biografias.com/biografia_gabriel_garcia_marquez.htm

33 Advogado chileno que enredou pela política ainda jovem, exilou-se no México, logo depois do golpe liderado por Pinochet. Fundou o Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales – ILET, instituição que abrigou inúmeros exilados latino-americanos, destacando-se pela focalização de temáticas ligadas às indústrias midiáticas e ao fluxo mundial de notícias. Atualmente, dirige a Organização Internacional do Trabalho (OIT) sediada em Genebra. Disponível em: www.ilo.org/public/spanish/bureau/dgo/biography.htm.

34 O quadro de referência sobre essa corrente intelectual está contido no capítulo “Pensamento Comunicacional Latino-Americano” do livro: MARQUES DE MELO, José. *História do Pensamento Comunicacional*. São Paulo: Paulus, 2003, p. 67-140.

35 Para entender a gênese do pensamento comunicacional desse emblemático educador brasileiro, vide o ensaio “A comunicação na pedagogia de Paulo Freire”, In: MARQUES DE MELO, José. *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 258-283.

36 Suas idéias estão documentadas e inventariadas no livro organizado por MARQUES DE MELO, José & GORSKI BRITTES, Juçara. *A trajetória comunicacional de Luis Ramiro Beltrán*. São Bernardo do Campo: Editora UESP, 1998.

37 Um balanço da sua participação no cenário histórico da NOMIC está contido no depoimento dado pelo autor aos participantes do IV Congresso da ALAIC. Ver.: REYES MATTA, Fernando. Políticas de Comunicación. In: KUNSCH, STEINBERG e TORRICO (orgs). *Ciencias de la comunicación y sociedad: um balance para la era digital*. Santa Cruz de la Sierra: UPSA, 2003,

p. 77-82.

38 A expressão desse ponto de vista está contida no Apêndice 1 do Relatório MacBride, onde alguns de seus membros fizeram “comentários gerais” à margem do texto oficializado pela UNESCO.

39 Um panorama das iniciativas recentes, nesse âmbito, está contido na antologia organizada por PERUZZO, Cícilia. *Vozes Cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angellara, 2004.

40 O inventário preliminar dessas experiências está enfeixado em: SIMPSON GREENBERG, Maximo. *Comunicación Alternativa y Cambio Social*. México: UNAM, 1981.

41 Tais questões podem ser mais bem dimensionadas em MARQUES DE MELO, José. *A esfinge midiática*. São Paulo: Paulus, 2004.

42 MARQUES DE MELO, José (org). *Comunicación Latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*. São Paulo: ALAIC / ECA-USP, 1992.

43 CERVANTES, Cecília e SÁNCHEZ, Enrique, orgs. *Investigar la Comunicación: propuestas latinoamericanas*. Guadalajara: ALAIC / Universidad de Guadalajara, 1994.

44 MARQUES DE MELO, José & GOBBI, Cristina (orgs). *Pensamento Comunicacional Latino-Americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico*. São Bernardo do Campo: Editora UMESP, 2004.

45 DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (orgs). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

*** José Marques de Melo**

Professor Emérito da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, atualmente lecionando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, onde dirige a Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom (1977-1983 e 2005-2008).

A “guerra contra o terror”: mídia e terrorismo na Indonésia, na Malásia e em Cingapura

Sonia Ambrosio de Nelson

Jornalista, doutora em Sociologia pela Universidade Nacional de Cingapura.

Resumo

Assim como em outras partes do mundo, a situação midiática na Ásia sofre a influência dos poderes políticos, econômicos e culturais, refletidos em uma variedade de sistemas de funcionamento da mídia. Este artigo é trecho de tese de doutorado defendida em 2007 e analisa os discursos jornalísticos em três jornais (da Indonésia, da Malásia e de Cingapura) referentes aos atentados de Bali em 2002; contra o hotel JW Marriott em Jacarta em 2003; contra a embaixada da Austrália em Jacarta em 2004 e ao atentado suicida em Bali em 2005.

Palavras-chave: discurso de mídia; mídia e terrorismo; Sudeste Asiático

Abstract

As in other parts of the world the media in Asia faces the political, economical and cultural influences of the big powers which are reflected in the various media systems. This article is an extract of a doctoral thesis orally defended in 2007. It analyses the journalism discourses in three major print newspapers (from Indonesia, Malaysia and Singapore) on their reporting on the terrorist attacks against the JW Marriott Hotel in Jakarta in 2003; the bombing against the Australian embassy in Jakarta in 2004 and the suicide bombing in Bali in 2004.

Keywords: *media discourse; media and terrorism; Southeast Asia*

Introdução

A interpretação dos acontecimentos pelos meios de comunicação afeta a forma como a história é escrita e, ao mesmo tempo, propicia o registro de informações carregadas de valores. Tal opinião vem ao encontro da afirmativa feita por Siebert, Peterson e Schramm, de que “a imprensa sempre toma a forma e o colorido das estruturas sociais e políticas em que opera” (1956:1). Dessa forma, o entendimento de teorias, de conceitos e de perspectivas é fundamental para o conhecimento das funções da mídia.

Assim como em outras partes do mundo, a situação midiática na Ásia sofre a influência de poderes políticos, econômicos e culturais. Hachten (1996) observa que, inclusive nos sistemas políticos mais independentes, a mídia tem que lidar com vários níveis de regulamentos. A Ásia é um caldeirão que reúne diferentes sistemas políticos e religiões e uma variedade de sistemas de funcionamento da mídia. O sudeste asiático (formado por Brunei, Camboja, Filipinas, Cingapura, Indonésia, Laos, Malásia, Myanmar, Tailândia, Vietnã e Timor Leste) é um típico exemplo: a região é caracterizada por pluralismo étnico-cultural e político.

O sistema político dos 11 países que formam o grupo do Sudeste Asiático varia desde o militarismo em Myanmar, ex-Birmânia, ao regime de sultanato em Brunei, ao sistema (de democracia leve para alguns ou de suave autoritarismo para outros) praticado em Cingapura e na Malásia, à transição democrática na Indonésia, à monarquia na Tailândia, e às Filipinas, considerada a sociedade mais ocidental na Ásia. Além da diferença no tamanho geográfico de cada país, outras áreas que marcam a complexidade do Sudeste Asiático são encontradas nos vários idiomas, religiões e também nos vários níveis de desenvolvimento. Devido a essa situação heterogênea, padrões de prática e de ética em jornalismo não existem.

Mídia no Sudeste Asiático

No Sudeste Asiático a mídia, de forma geral, opera sob três modelos amplos (McCargo, 2003): o de controle estatal direto, como acontece nos casos da Myanmar e do Laos. O segundo modelo é o de licença para empresas rotuladas de privadas, como ocorre em Cingapura e na Malásia e aconteceu na Indonésia durante o 32 anos de regime ditatorial de Suharto. Sob este esquema podem operar apenas as publicações que possuem licença do governo. Dizem que as empresas são rotuladas como privadas porque não está claro a quem pertencem as suas ações nem qual é o percentual aberto ao público. O terceiro modelo é o conhecido como liberal, em que tudo é permitido. Está presente particularmente nas Filipinas e é encontrado na mídia da Indonésia desde a queda de Suharto em 1998. Na Tailândia, a mídia pertencia ao modelo liberal até a eleição do primeiro ministro Thaksin Shinawatra em 2001. Durante a administração de Thaksin, a mídia sofreu uma série de medidas restritivas, segundo documentou a Associação de Jornalistas da Tailândia. Thaksin foi deposto por uma junta militar em 2006.

É importante entender o conceito de liberdade de imprensa na região,

pois isso é fundamental para o entendimento das funções da mídia. A censura jornalística é praticada em vários níveis nos países do Sudeste Asiático (Chonkittavorn, 2002). Por exemplo: os jornalistas podem ser multados, sentenciados a prisão, sofrerem processo criminal por comentários que sejam interpretados pelas autoridades como difamatórios ou prejudiciais. Em Brunei Darassalam, jornalistas podem ser sentenciados a até três anos de prisão por divulgarem notícias que as autoridades considerem ‘falsas’ ou ‘maliciosas’. O uso desses mecanismos de punição induz os jornalistas a serem cautelosos.

Na Malásia, o papel da mídia é o de informar, de educar e de motivar as massas para apoiar os planos de desenvolvimento concebidos pelo governo. Os jornais e outros meios de comunicação têm a função de ajudar o governo a fomentar um espírito de entendimento e fortalecer o relacionamento e a união entre os cidadãos (Ibrahim, 2002).

Editores e jornalistas na Malásia e em Cingapura precisam lidar com assuntos sobre relações raciais, religião e cultura com extremo cuidado. Tanto a Malásia quanto Cingapura, além de outros países no Sudeste Asiático, descartam os direitos de liberdade de expressão em favor dos interesses da nação (Merrill, 2002). As prioridades dentro desse modelo de jornalismo de desenvolvimento são: unidade nacional, estabilidade econômica e política.

Mais recentemente, as organizações de mídia em mãos de grupos particulares começam a causar impacto no cenário regional. De controle estatal, a mídia passa a ser controlada não apenas pelo Estado, mas também pelos grupos empresariais, o que determina a seleção e a forma de tratamento das informações. Enquanto o governo continua manipulando a audiência nacional com informações mescladas de propaganda e controle da agenda, o empresariado explora a mídia com uma mistura de sensacionalismo e interesses políticos e ideológicos.

Na Indonésia, a maioria das empresas jornalísticas está nas mãos privadas, embora os interesses de grupos empresariais e do governo muitas vezes se sobreponham. Woodier (2006) sugere que “muitos jornalistas, inclusive jornalistas internacionais, estão sob ameaça”, pois existe um “movimento para criminalizar o trabalho dos jornalistas e de usar leis contra difamação para silenciar os críticos a fim de que a elite política volte a ganhar o controle central do fluxo de informações” (p. 59). Princípios como o Ato de Segurança Interna, a Lei de Segredos e outras formas de repressão da mídia, como o sistema de licença anual de publicações, forçam jornalistas e editores a serem extremamente cautelosos.

Análise das coberturas jornalísticas de atos de terrorismo

Os meios de comunicação da Indonésia, da Malásia e de Cingapura constituíram o foco do meu estudo de doutorado em sociologia na Universidade Nacional de Cingapura, no qual analisei as representações e as construções jornalísticas dos acontecimentos rotulados como terroristas, ocorridos na Indonésia após os atentados de setembro de 2001 nos Estados Unidos e o

lançamento da ‘guerra contra o terror’. Logo em seguida aos atentados em Nova Iorque e Washington D.C., o presidente George W. Bush declarou que o Sudeste Asiático, particularmente as Filipinas, a Indonésia e a Malásia eram a segunda frente na luta contra o terrorismo depois do Afeganistão.

Os jornais analisados foram *The Jakarta Post (JP)* da Indonésia; o *News Straits Times (NST)* da Malásia e *The Straits Times (ST)* de Cingapura. Os discursos jornalísticos dos acontecimentos estudados foram os atentados de Bali em 2002; o atentado contra o hotel JW Marriott em Jacarta em 2003; o atentado contra a embaixada da Austrália em Jacarta em 2004 e o atentado suicida em Bali em 2005. Este artigo é um trecho da tese defendida em janeiro de 2007.

Teoria da mídia: construcionismo social

A teoria do construcionismo social foi a abordagem escolhida para desenvolver este estudo. Van Gorp (2007, p. 62) sugere que “o construcionismo social está preocupado com a criação e a institucionalização de realidade em interações sociais”. A construção da realidade em estudos de mídia enfatiza que não existe uma única realidade, mas sim a interpretação construída de uma realidade (Williams, 2003).

Para o entendimento dos textos jornalísticos foi usada a análise crítica do discurso, no enfoque oferecido por Norman Fairclough (2001b). Na abordagem de Fairclough, as práticas sociais e os efeitos ideológicos e políticos influenciam as práticas discursivas.

A mídia na Indonésia

Desde a queda do ditador Suharto em maio de 1988, a Indonésia tem passado por vários níveis de liberdade de imprensa. Weintraub (2006) observou que a saída de Suharto provocou uma expansão no número de emissoras de televisão, a popularização da imprensa e suavizou o controle do governo sobre o conteúdo das informações – embora ainda permaneça nos trâmites da justiça um código penal elaborado pelo governo que prevê o julgamento e a prisão de jornalistas acusados de causar difamação.

Enquanto as antigas empresas jornalísticas continuam mantendo o domínio, um dilúvio de novas publicações está surgindo como consequência das iniciativas do governo em relaxar os requisitos que governam indivíduos e grupos para a obtenção de licenças para publicações (Heryanto & Adi, 2001). Hobart (2006) observa que após a saída de Suharto houve um período de grande expansão em várias áreas dos meios de comunicação, além do rejuvenescimento da indústria cinematográfica. Por outro lado, Woodier (2006) sugere que apesar do aumento em competição e, em alguns casos, da melhora do conteúdo informativo, a indústria ficou também mais sensacionalista e corrupta.

Durante o regime de Suharto, entre 1965 e 1998, o governo controlou a mídia na Indonésia como parte da consolidação do país. McCargo (2003), entretanto, citando Hill (1994) e Hanazaki (1996), alega que a Indonésia costumava ter uma imprensa mais crítica durante o período da revolução (1945-

1949) e nos primeiros anos de independência da colonização holandesa.

Com a queda de Suharto em 1998, o vice-presidente B.J. Habibie assumiu o poder. O novo governo tinha planos de reforma nas áreas política, social e econômica. Habibie não durou muito tempo no poder. Um ano depois, em outubro de 1999, o líder religioso e intelectual Abdurrahman Wahid substituiu Habibie como presidente. Um dos primeiros atos de Wahid foi abolir o Ministério de Informação sob o argumento de que o mesmo funcionava como órgão de propaganda do regime de Suharto. Em menos de dois anos no poder, Abdurrahman Wahid, ou Gus Dur como era popularmente chamado, já reclamava que a imprensa estava orquestrando uma campanha negativa contra ele. O mandato de Gus Dur foi cassado pelo Parlamento e sua vice-presidente Megawati Sukarnoputri assumiu a presidência em agosto de 2001. Megawati era menos simpática ao princípio de liberdade de imprensa e durante sua administração evitou desenvolver um relacionamento com os meios de comunicação. Tal atitude lhe custou o governo.

Susilo Bambang Yudhoyono foi eleito presidente em 2004. Acadêmicos e jornalistas indicam que o governo continua a ter influência sobre a mídia na Indonésia, mesmo nesse período de transição democrática em que o país se encontra.

A mídia na Malásia

A função da imprensa na Malásia é a de contribuir para a união dos vários grupos étnicos e fortalecer a formação da nação. A imprensa deve funcionar como agente de unidade nacional e, portanto, evitar assuntos que possam inflamar sentimentos anti-raciais na população. A imprensa deve agir como agente de mobilização durante campanhas ou programas de intervenção do governo (Anuar, 2000; Massey & Arthur Chang, 2002). É comum o governo da Malásia usar o Ato de Segurança Nacional contra jornalistas, resultando disso a prática comum de autocensura entre jornalistas e editores. Desde os anos 70, a imprensa na Malásia funciona como auxiliar do governo na promoção da união social e do desenvolvimento. Nesse período, várias leis e regulamentos foram introduzidos, muitos deles ainda em vigor, fazendo com que a imprensa permaneça sob o controle do governo (Nain, 2002) e de partidos políticos (Lewis, 2006).

Na Malásia existe atualmente uma das mais dinâmicas indústrias midiáticas da região, com jornais nos idiomas dos vários grupos étnicos – malaio, chinês, indiano (tamil) e inglês. Mas essas publicações estão ligadas a grupos empresariais que, por sua vez, estão ligados a partidos políticos. Vários desses jornais exercem o jornalismo alternativo na defesa dos interesses de seus grupos.

A mídia em Cingapura

O jornalismo desenvolvimentista (*developmental journalism*) é apenas um dos vários rótulos aplicados à função da imprensa em Cingapura (Wong, 2004). O modelo teórico de jornalismo de desenvolvimento (*development journalism*) sugere uma dinâmica de cooperação entre o Estado e a imprensa (Heng, 2002; Massey & Arthur Chang, 2002). Em Cingapura, o papel da imprensa se

entrelaça com os objetivos da agenda do governo, como o fortalecimento dos laços sociais e educacionais dos cidadãos com a ideologia, a política e as ações do governo (Bokhorst-Heng 2002, p. 561).

George (2003) argumenta que ao lidar com a mídia impressa e audiovisual, as autoridades em Cingapura foram capazes de modelar uma forma de intervenção política tão estreita que as ações não prejudicam as prioridades econômicas. A liberdade de imprensa está totalmente ausente no espaço de Cingapura. Garry Rodan (2000, p. 219), argumenta que o governo continua determinado a usar todas as formas necessárias de poder para impedir a prática do jornalismo crítico, investigativo e reportagens sobre questões sociais e políticas.

Vários mecanismos são utilizados pelas autoridades de Cingapura para manter o controle legal sobre a mídia. Um desses mecanismos é o Ato de Segurança Interna, sob o qual jornalistas podem ser detidos sem julgamento (Rodan, 2002; 2003). Jornalistas podem ser multados ou presos se violarem as leis de respeito à Justiça e ao Parlamento. Outro mecanismo de repressão é a aplicação do Ato Oficial de Segredo contra jornalistas que divulgarem informações consideradas secretas. As leis contra atos de difamação também induzem jornalistas a serem muito cautelosos com comentários que possam ser considerados prejudiciais à reputação de integrantes do governo. Lim (1996) diz que “os jornais em Cingapura aceitam trabalhar dentro das limitações estipuladas por lei. Dessa forma, a autocensura, através dos anos, tornou-se uma norma geral e é exercida em vários níveis” (p. 75).

Apesar do controle da imprensa, Cingapura funciona como base para os jornalistas internacionais que cobrem a região. Uma das explicações para tal fenômeno deve-se à fabulosa infra-estrutura do país-cidade. Em 2000, Rodan calculou que mais de 70 empresas jornalísticas mantinham uma base em Cingapura. Muitas dessas empresas são agências de notícias (*wire services*) que transmitem informações instantâneas sobre economia, negócios e assuntos que não sejam sensíveis ao governo local. Essas agências internacionais aceitam não escrever sobre assuntos locais que envolvam questões sociais e políticas. Mesmo assim, jornais como *The Asian Wall Street Journal* (cujo nome passou para *The Wall Street Journal Ásia*), *Far Eastern Economic Review*, *Time*, *Asiaweek* e a *Bloomberg.com* concordaram com as condições especiais impostas por Cingapura para operarem no país depois de terem sido multados por algumas reportagens (Rodan, 2000, p. 220). Essa contenda envolveu não apenas o conteúdo das informações nos artigos jornalísticos, mas também a insistência do governo de Cingapura sobre o seu direito de contestar com respostas sem edições.

Análise e discussão

O estudo demonstrou que as coberturas jornalísticas dos atentados terroristas ocorridos na Indonésia depois dos acontecimentos do 11 de setembro nos Estados Unidos foram enquadradas dentro dos parâmetros da ‘guerra contra o terror’ e refletem interesses históricos e contemporâneos. Aqui é importante enfatizar que este artigo é parcial, pois trata apenas de uma parte do volume de informação da tese.

Os jornais *Jakarta Post*, *New Straits Times* and *The Straits Times*, respectivamente da Indonésia, da Malásia e de Cingapura, apresentaram discursos que legitimam o sistema capitalista e invalidam os dissidentes e a oposição, confirmando que a tradição política-econômica segue o paradigma de se construir consenso onde a mídia privilegia as opiniões e os valores dominantes enquanto marginaliza as vozes da oposição (Herman & Chomsky, 1988).

O estudo revelou uma preocupação dos jornais com os interesses das elites dominantes e a falta do envolvimento do público no discurso jornalístico. A complexidade de cada atentado rotulado como terrorista foi simplificada dentro dos interesses políticos e econômicos das elites dominantes. Os jornais *New Straits Times*, da Malásia, e *The Straits Times*, de Cingapura, mostraram estar em maior harmonia com as ideologias dos meios políticos, enquanto o *Jakarta Post*, da Indonésia, demonstrou a sua postura crítica das instituições governamentais, mas não necessariamente contrária às ideologias voltadas para o desenvolvimento econômico.

Unidade nacional, qualidade de vida, bem estar social e riqueza individual foram identificados no estudo como algumas das conseqüências sociais e políticas de se encaixar o terrorismo dentro dos objetivos das elites dominantes. Os mecanismos de controle social embutidos (*embedded*) nas mensagens jornalísticas terminam por criar uma hegemonia de como a mídia representa os acontecimentos e acentua o apelo para o apoio público na política de manutenção do *status quo*.

As publicações fizeram amplo uso de narrativas de medo e de ansiedade que encaixam com a teoria apresentada por Giroux (2006), segundo a qual a mídia explora o medo e a ansiedade para fins comerciais. Giroux sugere que este novo tipo de política é usado por governos e empresas jornalísticas. A política do medo e da ansiedade contribui ainda para causas autoritárias, com a criação da necessidade do aumento de segurança e o estímulo da desconfiança entre as pessoas. Nessa mesma linha, Spencer (2005) sugere que a cultura do medo ampliada pelos meios de comunicação semeia ódio, intolerância e cria nas pessoas a dependência das autoridades. Como resultado, a política de medo e ansiedade nos discursos jornalísticos dos casos de terrorismo influencia o comportamento social, as rotinas e as interações entre os cidadãos e isso pode reduzir a capacidade de raciocínio crítico e consciente sobre as mudanças sociais e as implicações de uma adaptação cega às políticas de segurança e sociais (Altheide, 2006).

Straits Times

O leque de temas abordados pelo *ST* inclui apelos para o aumento da vigilância entre cidadãos e a necessidade de administrar as relações entre raça e religião. O discurso jornalístico apresentou Cingapura como um país interessado em desempenhar papel proeminente na política regional, que oferece ajuda aos países vizinhos no combate aos radicais e sugestões sobre medidas contra o terrorismo. O jornal *ST* apresentou a nação como um país sob ameaça contribuindo assim para o aumento da ansiedade e a demonização de dissidentes

e opositoristas. O *ST* relatou os atentados na Indonésia não apenas como se os ataques pudessem também ocorrer no país-cidade, mas especulando quando os atentados iriam acontecer em Cingapura. Esta forma de reportagem demonstra que o *ST* cria uma situação de perigo iminente, enquanto oferece ao mesmo tempo promessas de salvação baseada em ações do governo e apela para que a população apóie as medidas oficiais de combate ao terrorismo.

Jakarta Post

O jornal *JP* destacou a cobertura dos eventos terroristas de acordo com parâmetros dos interesses econômicos. Nas páginas editoriais, o jornal enfatizava que o governo precisava manter a confiança dos investidores internacionais na Indonésia e manter o fluxo de turistas como fonte de receita. No discurso jornalístico, o *JP* indicou, ainda, que a violência é um fenômeno histórico e que apenas um pequeno grupo foi culpado pelos terríveis atentados. No relato dos últimos atentados, porém, os editoriais do *Jakarta Post* iniciaram a uma campanha para o aumento da vigilância sobre residentes e reforçou a necessidade de ação e controle militar (do exército) na luta contra o terrorismo.

New Straits Times

O *NST* representou o terrorismo com o foco na ameaça dos grupos de oposição política contra o governo. O discurso jornalístico enfatizou também a necessidade de combate ao crime, às reformas no ensino do Islã, particularmente o ensino de uma interpretação mais radical da religião. O foco da cobertura foi dirigido ao público interno e as mensagens embutidas eram de que o governo não iria aceitar desafios e distúrbios sociais. A segurança foi reforçada em locais estratégicos como portos, aeroportos, bancos etc., com a intenção de evitar que possíveis crimes ligados a atos terroristas fossem cometidos.

O *NST* apresentou o Ato de Segurança Nacional como a fórmula ideal para o combate ao terrorismo e enfatizou a eficiência dessa medida em lidar com as ameaças de militantes muçulmanos. O Ato de Segurança permite que o governo possa prender por tempo indeterminado pessoas que sejam consideradas uma ameaça aos interesses do governo ou do país.

Práticas em jornalismo

Os jornalistas do *ST* e do *JP* usaram extensivamente informações fornecidas por ‘especialistas’ nas suas histórias, mas deixaram de informar as conexões entre esses especialistas e as agências do serviço de inteligência e de órgãos do governo. Em defesa dos jornalistas, Sahr (1993) argumenta que os jornalistas simplesmente não escolhem a esmo os ‘especialistas’, mas que os governantes e as pessoas em cargos de autoridade certificam como válidas as fontes de informações.

Os três jornais analisados demonstraram forte dependência das fontes oficiais e de especialistas ligados a essas fontes. As publicações também registram forte dependência dos serviços de agências internacionais de notícias – inclusive o *Jakarta Post*, quando cobriu os acontecimentos ocorridos na capital. Pelo

menos três hipóteses podem ajudar a compreender essa tendência: a primeira é que os jornais são passivos às fontes de informação oficiais; a segunda hipótese é que o uso de fontes oficiais pode servir para revelar o grau de extensão da associação entre jornais, governos e grupos econômicos. A terceira hipótese é que as agências internacionais de notícias oferecem o tipo de conteúdo que as publicações querem, independente se as coberturas apresentam ou não o contexto local ou global.

É importante lembrar que a relação entre imprensa e centros de poderes determina uma forma particular de reportagem tendenciosa, na qual as forças dominantes influenciam o discurso jornalístico. Assim, considerando que a mídia na Malásia precisa ser “construtiva, consensual e orientada para o desenvolvimento” (Loo, 2000, p. 218), em Cingapura a imprensa “está ideologicamente alienada com o Estado” (George, 2006, p. 49). Na Indonésia onde a mídia ainda faz parte do grupo de desenvolvimento, certos aspectos foram mais enfatizados que outros nas reportagens. Um dos meios identificados foi o uso de manchetes para enviar mensagens. Malásia e Cingapura estão constantemente trocando mensagens através da mídia e a situação não é diferente entre Cingapura e a Indonésia. O’Heffernan (1993) observa que a mídia influencia decisões de política internacional através do que relata e como relata os acontecimentos, particularmente ao dar maior destaque aos aspectos políticos. Gilboa (2002) observa que a mediação por jornalistas em assuntos internacionais levanta questões sobre a ética na profissão.

A contextualização dos atos de terrorismo

Embora as publicações tenham contextualizado as coberturas de atos de terrorismo dentro dos interesses de cada país e das elites dominantes, o discurso político e jornalístico da ‘guerra contra o terror’ forneceu o enfoque predominante das coberturas. O discurso global da ‘guerra contra o terror’ sugere que a fonte do terrorismo está nos militantes radicais muçulmanos e que este é um problema de grande proporção em nível de crise internacional. Nas escolas religiosas, o ensino do islamismo por praticantes mais fervorosos da religião passou pelo crivo das autoridades e, em inúmeros casos, as escolas tiveram que reformular os currículos de ensino, criando-se a necessidade de os professores de religião precisarem ser registrados junto a órgãos do governo.

O resultado das análises indica que atos rotulados como terroristas não podem ser devidamente entendidos sem que haja um aprofundamento das questões reais ou prováveis de injustiças e ressentimentos que levam grupos ou indivíduos a recorrer à violência para defender suas causas (Nacos, 2006).

As implicações pós-11 de setembro

Os acontecimentos do 11 de setembro nos Estados Unidos trouxeram maior controle sobre a sociedade em várias partes da região do Sudeste Asiático, tanto em termos militares e de segurança como também em termos de comportamento social. A imprensa nos três países tem, de certa forma, contribuído para a situação de policiamento realizada pelo Estado e pela sociedade. Isso implica que o Estado

está compartilhando sua responsabilidade com a sociedade, o que cria um outro problema, porque as pessoas começam a aceitar e compartilhar responsabilidades com o governo. Aqueles que não aceitarem compartilhar essa responsabilidade podem ser marginalizados. Como uma das implicações identificadas em meu estudo, os acontecimentos de 11 de setembro não trouxeram benefícios para a democratização de povos ou da mídia, pelo contrário: as implicações das medidas adotadas no combate ao terrorismo estão contribuindo para um maior controle da mídia e da sociedade.

Conclusão

As três publicações – *The Jakarta Post (JP)* da Indonésia; o *News Straits Times (NST)* da Malásia e *The Straits Times (ST)* de Cingapura – adotaram de forma condescendente as linhas oficiais de interpretação dos acontecimentos. Conseqüentemente, endossaram as estruturas de poder ao reforçar as perspectivas de hegemonia e as relações entre estrutura social, práticas sociais e influências dos subsistemas da sociedade – como a economia, a política e a religião. Dessa forma, como Spencer (2005) sugere, o relacionamento da mídia com a ‘guerra contra o terror’ levanta uma série de questões sobre as responsabilidades jornalísticas.

Fica claro, também, que a teoria social crítica precisa acomodar modelos teóricos que envolvam as complexidades e as raízes históricas de problemas contemporâneos (Kellner, 2005). Partindo da experiência e do conhecimento originados por esse estudo reforço a linha de raciocínio de Altheide (2006), para que cientistas sociais e jornalistas trabalhem juntos no sentido de um maior entendimento sobre como as notícias são reflexos dos grupos dominantes, particularmente em coberturas de conflitos nos quais as elites têm grande interesse.

Referências Bibliográficas

- Altheide, David L. (2006) *Terrorism and the Politics of Fear*. Lanham: AltaMira Press.
- Anuar, Mustafa K. (2000) ‘Malaysia, Country Report’, in *Media & Democracy in Asia*. Singapore: Asian Media Information and Communication Centre, p.97-114.
- Bokhorst-Heng, Wendy (2002) Newspapers in Singapore: A mass ceremony in the imagining of the nation, *Media Culture and Society* 2, p. 559-569.
- Chonkittavorn, Kavi (2002) ‘Southeast Asia Media Struggle to be Free’, *Nieman Reports*. vol. 56 (2), p.59-60.
- Fairclough, Normal (2001b) ‘Critical Discourse Analysis’, in Alec McHoul & Mark Rapley (eds.) *How to Analyse Talk in Institutional Settings A Casebook of Methods*. London: Continuum, p.23-38.
- George, Cherian (2003) The Internet and the Narrow Tailoring Dilemma for “Asian Democracies”, *The Communication Review*, vol.6 (3), p.247-268.
- George, Cherian (2006) *Contentious Journalism and the Internet Towards Democratic Discourse in Malaysia and Singapore*. Singapore: University Press.
- Gilboa, Eytan (2002) Global Communication and Foreign Policy, *Journal of Communication*, December, p.731-748.
- Giroux, Henry (2006) *Beyond the Spectacle of Terrorism*. London: Paradigm.
- Lewis, Glen (2006) *Virtual Thailand The media and cultural politics in Thailand, Malaysia and Singapore*. New York: Routledge.
- Hanazaki, Yasuo (1996) *The Indonesian press in an era of keterbukaan: a force for democratization?* Unpublished PhD thesis. Victoria, Australia: Monash University.
- Hatchen, William A. (1996) *The World News Prism- Changing Media of International Communication*. Ames: Iowa State University Press, 4th edition.
- Heng, Russell Hiang-Khng (2002) ‘Media in Southeast Asia: A Literature Review of Post 1980 Development’, in Russell H.K.Heng (ed.) *Media Fortunes – ASEAN States in Transition, Changing Times*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, p.1-25.
- Herman, E. & Chomsky, N. (1988) *Manufacturing Consent: the Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Heryanto, Ariel & Stanley Yoseph Adi (2001) ‘The Industrialization of the Media in Democratizing Indonesia’, *Contemporary Southeast Asia*, August, vol.23 no. 2, p.327-355.
- Hill, David T. (1994) *The Press in New Order Indonesia*, Nedlands: University of Western Australia Press.

Hobart, Mark (2006), Entertaining Illusions: How Indonesian Elites Imagine Reality TV Affects the Masses, *Asian Journal of Communication*, vol.16 (4), December. pp.393-410.

Ibrahim, Faridah (2002) ‘Media Ethics in Malaysia: A Case of Language Objectivity in Media Ethics in Asia’, in Venkat Iyer (ed.) *Media Ethics in Asia, addressing the dilemmas in the information age*. Singapore. Asian Media Information and Communication Centre, p.51-65.

Lim, Ivan (1996) ‘Media Monitors in Singapore’, in K.S. Venkateswaran (ed.) *Media Monitors in Asia*. Singapore: Asian Media Information and Communication Centre. p.73-80.

Loo, Eric (2000) ‘The Malaysian media: prescribed loyalty, proscribed practices’, in Damien Kingsbury, Eric Loo, Patricia Payne (eds.) *Foreign devils and other journalists*. Monash: Monash Asia Institute, p. 209-228.

McCargo, Duncan (2003) *Media and Politics in Asia Pacific*. London: RoutledgeCurzon.

Massey, Brian L. & Arthur Chang, Li-Jing (2002) Locating Asian Values in Asian Journalism: A Content Analysis of Web Newspapers, *Journal of Communication*, vol.52 (4): p.987-1003.

Merrill, John 2002 Media Ethics in Asia Between relativity and Absolutism. IN: Venkat Iyer (ed.) *Media Ethics in Asia, addressing the dilemmas in the information age*. Singapore. Asian Media Information and Communication Centre. p.18-24.

Nacos, Brigitte L. (2006) *Terrorism and Counterterrorism Understanding Threats and Responses in the Post- 9/11 World*. New York: Pearson/ Longman.

Nain, Zaharom (2002) ‘The Media and Malaysia’s Reformasi Movement’, in Russell H.K. Heng (ed.) *Media Fortunes- Asean States in Transition – Changing Times*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, p.119-137.

O’Heffernan, Patrick (1993) ‘Mass media and U.S. Foreign Policy: A Mutual Exploitation Model of Media Influence in U.S. Foreign Policy’, in Robert J. Spitzer (ed.) *Media and Public Policy*. Connecticut: Praeger, p 187-212.

Kellner, Douglas (2005) *Media Spectacle and the Crisis of Democracy: Terrorism, War, and Election Battles*. London: Paradigm.

Rodan, Garry (2000). Asian Crisis, Transparency and the International Media in Singapore, *The Pacific Review*, vol.13 (2), p.217-242.

Rodan, Garry (2002) ‘Do Markets Need Transparency? The Pivotal Case of Singapore and Malaysia’, *New Political Economy*, 7 (1), p.23-47.

Rodan, Garry (2003) ‘Embracing Electronic Media but Suppressing Civil Society: Authoritarian Consolidation in Singapore’, *The Pacific Review* vol. 16 (4), p.503-524.

Sahr, Robert (1993) ‘Credentialing Experts: The Climate of Opinion and Journalist Selection of Sources in Domestic and Foreign Policy’, in Robert J. Spitzer (ed.) *Media and Public Policy*. Connecticut: Praeger, p.153-170.

Spencer (2005) Spencer, Graham (2005) *The Media and Peace- Vietnam to the ‘War on Terror’*. New York: Palgrave.

Siebert, Fred, Theodore Peterson, Willbur Schramm (1956), *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.

Van Gorp (2007) Van Gorp, Baldwin (2007). ‘The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In’, *Journal of Communication*, 57, p. 60-78.

Weintraub (2006) Weintraub, Andrew N. (2006). Dangdut Soul: Who are ‘the People’ in Indonesian Popular Music, *Asian Journal of Communication*, vol. 16 (4) December, p. 411-431.

Williams, 2003 Williams, Kevin (2003) *Understanding Media Theory*. New York: Arnold.

Wong, K. (2004) ‘In Asia-Based Development Journalism and Political Elections: Press Coverage of the 1999 General Elections in Malaysia’, *Gazette*, February, vol. 66 (1), p.25-40.

Woodier (2006) Woodier, Jonathan (2006) ‘Penning in the Gyre – Indonesia, the globalized media and the ‘war on terror’, in Benjamin Cole (ed.) *Conflict, Terrorism and the Media in Asia*. London: Routledge, p. 41-60.

***Sonia Ambrosio de Nelson**

Jornalista, doutora em Sociologia pela Universidade Nacional de Cingapura. Foi correspondente internacional da Rádio Eldorado de São Paulo entre 1990 e 2005 e desde 1996 é colaboradora da BBC Brasil. Seu interesse de pesquisa está na área de sociologia de mídia. Depois de 25 anos radicada em países do Oriente Médio e da Ásia reside agora nos Estados Unidos.

Estratégias de internacionalização da mídia brasileira

Eula Dantas Taveira Cabral

Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp, jornalista, professora e pesquisadora universitária. Participa dos seguintes grupos de pesquisa registrados no CNPq: Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência – EMERGE (UFF) e Núcleo de Pesquisa sobre Mídia Regional e Global (UMESP). Também é editora do informativo eletrônico Sete Pontos, disponível em: www.comunicacao.pro.br/setepontos.

Resumo

Para entender o poderio da mídia brasileira, neste artigo analisam-se as estratégias de internacionalização. O estudo baseia-se em pesquisas bibliográficas e documentais, entrevistas e análises de casos, chegando às seguintes conclusões: os grupos brasileiros precisam entender melhor suas atuações nos cenários local e internacional; deve-se conhecer e respeitar a legislação, o local onde está inserido, o público-alvo, verificando quais são suas necessidades.

Palavras-chave: grupos de mídia; mídia brasileira; políticas de comunicação

Abstract

The internationalization strategies are analyzed in this article in order to understand the power of the Brazilian media. The study is based on bibliographic and documental research, interviews and case studies. It comes to the following findings: Brazilian media groups need a better understanding of their performance in the local and the international scenario; they must know and respect all legislation, as well as their local insertion, and the public targeted to validate their necessities.

Keywords: *media groups; Brazilian media; communication politics*

Ao analisar a história da mídia brasileira verifica-se, em seus registros oficiais, que desde sua formação é marcada por interesses estrangeiros. A inauguração da Imprensa Régia, por exemplo, em maio de 1808, se dá com dois periódicos que não eram de e para brasileiros: o jornal oficial *Gazeta do Rio de Janeiro*, lançado em 10 de setembro, e o *Correio Braziliense*, fundado pelo português Hipólito da Costa em 1.º de junho em Londres, ignorando os desejos, idéias e anseios do povo brasileiro. Com a inauguração do rádio e da TV no Brasil não foi diferente.

No caso dos séculos XX e XXI, observam-se poucas mudanças. Os meios de comunicação massivos ainda dependem de tecnologias, programação e, em muitos casos, de artistas e diretores estrangeiros. No final da década de 70, do século passado, por exemplo, verificou-se que a maioria dos equipamentos adotados vinha de outros países e, no caso, da programação, 50% eram estrangeiras. Hoje, o grande número dos programas importados é justificado como estratégia no campo internacional.

Porém, esse “estar” no campo internacional exige, em primeiro lugar, o conhecimento da legislação. No caso das leis brasileiras, verifica-se que os meios de comunicação são até levados em consideração em seus registros, porém não são cumpridas. Com a convergência das mídias, observa-se a necessidade urgente de serem reformuladas. No entanto, independente de qualquer mudança, a Constituição Brasileira, como lei máxima do país, deve ser respeitada e colocada em prática, pois não se pode ignorar que seu cumprimento é essencial para o funcionamento do país.

A atual Constituição de 1988, assinada no governo de José Sarney (1985-1990), cria um capítulo específico para a Comunicação Social no Brasil: o capítulo 5, com cinco artigos (220 a 224). Dentre os parágrafos e incisos, no caso do artigo 220, por exemplo, destaca-se no parágrafo 5º que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. Algo, totalmente, ignorado pelos empresários. No caso da radiodifusão, percebe-se o domínio da Rede Globo em 99,84% do território brasileiro, 98% do SBT e 94% da Bandeirantes(1), sem falar nos grupos regionais, que dominam as regiões brasileiras com suas estratégias e investimentos “localizados”, e no poderio dos religiosos e políticos.

O artigo 221 deixa clara a importância da qualidade da programação, a regionalização da produção e o “respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família”. Algo que ganha destaque nas reivindicações da sociedade civil, articulada com projetos que ganham respaldo do governo e da população. Exemplo disso é o caso da Campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, que recebe denúncias de telespectadores sobre programas que desrespeitam os interesses da sociedade, exibindo programas com “baixarias”, e faz um dossiê analítico sobre o programa denunciado e o encaminha para a emissora e seus anunciantes. Algo que já resultou em mudanças positivas para os brasileiros.

Propriedade dos meios de comunicação e abertura para o capital estrangeiro são assuntos registrados no artigo 222, modificado pela Emenda Constitucional

nº36 de 2002. De acordo com seus registros, pessoas físicas, “brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos”, e jurídicas, “constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País”, deverão ter, pelo menos, 70% do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens. Os 30% poderão ser abertos para estrangeiros, porém, “a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros”.

O artigo 222, modificado em 2002, trata de duas questões vitais para os empresários brasileiros: regularização da propriedade dos veículos comunicacionais (hoje, uma Igreja pode ser proprietária legal de uma emissora e até mesmo grupo) e sócios estrangeiros. Algo interessante, mas que exige planejamento dos envolvidos. Pois um dos requisitos básicos exigidos pelos parceiros internacionais é a transparência no mercado, ou seja, dos balanços, das contas dos conglomerados, pois se necessita verificar o estado econômico, avaliando se vale a pena ou não a parceria.

No artigo 223 registra-se que é de competência do Poder Executivo “outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens”, sendo que o “prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão” (parágrafo 5º). Registro que nunca foi divulgado na imprensa, pois, faz-se *lobby* no governo e garante-se renovação constante. No caso do 224, que trata do Conselho de Comunicação Social, é fato que só se transformou em realidade por que foi resultado das negociações em prol da aprovação da entrada do capital estrangeiro na mídia brasileira.

É interessante observar que a liberação de entrada de capital estrangeiro trouxe à tona no país como os grupos se organizam, suas estratégias no mercado e até as relações com os políticos brasileiros. Ao mesmo tempo, deixou claro que se fazem necessários planejamento e uso de estratégias eficazes. Pois, acompanhar as tendências midiáticas (concentração, diversificação, globalização e desregulamentação(2), resultado das mudanças ocorridas na economia e na política mundial depois dos anos 90, do século passado, exige conhecimento do mercado, público-alvo, legislação, cultura “local”, política, economia e uso de tecnologias.

Internacionalização midiática

Com as mudanças ocorridas no mercado, o processo de internacionalização midiática passou a ser visto pelos conglomerados brasileiros e estrangeiros como algo estratégico. É um processo mais ousado e envolve grande conhecimento e investimentos dos conglomerados. Verifica-se que não se pode arriscar a partir de amadorismo. O profissionalismo, a cultura, a política, a economia, a legislação, o local, tipo de conteúdo e programação e parceiro “local” são essenciais para que um grupo obtenha sucesso.

O processo de internacionalização da mídia é analisado a partir da Comunicação Internacional. De acordo com Robert Fortner (1993), uma das

melhores definições que se pode dar à Comunicação Internacional é a “comunicação transnacional com fluxos de informações entre fronteiras”. Dessa forma, percebe-se que ela ultrapassa os limites territoriais entre os países, onde os mais desenvolvidos podem enviar informações para os que estão em desenvolvimento (fluxos) ou vice versa (contra-fluxos). Seu objetivo, conforme Marcial Murciano (1992), visa conhecer as múltiplas funções dos meios de comunicação de massa: políticas, econômicas e culturais no marco internacional.

Na área de Comunicação Internacional é fundamental entender os fluxos comunicacionais. Pois, o fluxo internacional de informação é o movimento de mensagens por limites nacionais entre dois ou mais sistemas nacionais e culturais. Para Hamid Mowlana (1986), deve combinar a dimensão nacional com a internacional, pois é um termo usado para descrever um campo de investigação e pesquisa que consiste na transferência de mensagens na forma de informação e dados por indivíduos, grupos, governos e tecnologias, como também o estudo das instituições responsáveis pela promoção e inibição de tais mensagens entre nações, povos e culturas.

O estudo dos fluxos comunicacionais requer uma análise dos canais e instituições de comunicação, sendo que o mais importante é que deve envolver o exame de significados mutuamente compartilhados que tornam a comunicação possível. Além disso, incluir tanto o conteúdo, volume e direção de informação como também os fatores econômicos, políticos, culturais, jurídicos e tecnológicos responsáveis por sua implementação e difusão.

O conceito de internacionalização é baseado em Joseph Man Chan (1994), que o definiu como o processo pelo qual a propriedade, estrutura, produção, distribuição ou o conteúdo da mídia de um país é influenciado por interesses, cultura e mercados da mídia estrangeira. É examinado tanto da perspectiva do país que importa quanto do que exporta, enfatizando que é diferente do imperialismo da mídia, uma vez que este é apenas uma forma de internacionalização.

Para o pesquisador Armand Mattelart (2000), a primeira fase da onda da internacionalização aconteceu na Europa, na década de 50, do século passado, com as agências de notícias que, num primeiro momento, dominaram a Europa, depois os Estados Unidos e, finalmente, todos os países. Nos anos 70, com a expansão das redes internacionais americanas, principalmente, os governos baixaram medidas para contê-las “em nome da proteção do mercado de emprego, da preservação da língua e cultura nacionais, e mesmo da moral” (p.105). Somente com as “redes globais” nos anos 80 e 90 que a internacionalização toma um grande impulso.

A pesquisadora Anamaria Fadul (1998) concorda com os posicionamentos de Armand Mattelart (2000), enfatizando, em suas pesquisas, que o processo de internacionalização pode ser visto claramente a partir dos anos 90, onde as mudanças ocorridas na economia, política e nas novas tecnologias trouxeram várias transformações para os grupos de mídia, exigindo assim reestruturação e profissionalismo.

É importante ressaltar que o processo de internacionalização da mídia brasileira é analisado pelos pesquisadores brasileiros a partir do contra-fluxo – envio de produções de um país em desenvolvimento para os desenvolvidos. Pois, com o surgimento dos grupos de mídia na América Latina, a teoria do Imperialismo Cultural, bastante estudada na América Latina nos anos 60 e 70, do século passado, acabou sendo surpreendida por uma nova realidade.

O grupo Diários e Emissoras Associadas, de Assis Chateaubriand, é considerado por Anamaria Fadul (1988) como o primeiro a tentar entrar em outros países. De acordo com a pesquisadora, em 1928 foi lançada a revista *O Cruzeiro* que na década de 30, do século passado, foi levada por oito anos para os demais países da América Latina. Porém, não se pode ignorar o fato que, somente na década de 70, com a Rede Globo, vendendo telenovelas para a América Latina, Europa e depois para o restante do mundo, é que se tem a mais clara estratégia de internacionalização.

O caso da Rede Globo é muito interessante. Seu poderio começa com o acordo “ilegal” com o grupo americano Time-Life para auxílio financeiro e assistência técnica em troca de participação nos lucros futuros, resultando na compra de melhores equipamentos, operações em diversas cidades e contrato de grandes profissionais das áreas administrativa e de criação. Hoje, dentre seus parceiros, destaca-se o conglomerado News Corporation, um dos dez maiores conglomerados internacionais que atua nos cinco continentes com produção e distribuição de filmes, vídeos e programas de televisão; TV a cabo e por satélite; rádio; indústria editorial e mídia impressa; marketing direto; desenvolvimento de TV digital; telecomunicações; música e serviços online.

A Rede Globo é considerada o maior conglomerado de comunicação do Brasil. Atua nacionalmente em todas as áreas midiáticas. No caso da TV aberta e da TV por assinatura, o poderio é tão grande que é acusada como o grupo que tenta monopolizar a área televisiva no país. No plano internacional, além dos parceiros “estrangeiros”, leva suas novelas para outros países e, desde 1999, com a TV Globo Internacional, canal via satélite que transmite 24 horas por dia programação para o exterior, chega nos cinco continentes, cobrindo mais de 60 países com 250 mil assinantes.

Porém, mesmo que a TV Globo tenha grande atuação nos mercados nacional e internacional, dentre os conglomerados midiáticos que passaram a investir no processo de internacionalização, destaca-se o caso do Grupo Abril - o único grupo midiático brasileiro que surge com características internacionais, com conteúdos e proprietários estrangeiros, diferenciando-se assim dos demais e o primeiro grupo a criar uma empresa de mídia no exterior e o primeiro a receber capital estrangeiro(3). Hoje o Grupo está na mira do governo federal, uma vez que fez outros negócios com empresas estrangeiras, podendo ter superado o limite legal estabelecido.

Ao analisar as estratégias do Grupo Abril, verifica-se que envolvem fluxos de comunicação, recebendo conteúdo estrangeiro, e contra-fluxos, enviando seu conteúdo e tentando se fixar com sua produção em outros países.

A ida oficial do Grupo Abril para o exterior se deu em 1980 quando foi fundada a primeira sucursal do Grupo: Abril Morumbi, em Portugal. De acordo com Glauco Carneiro (1986), Victor Civita pensava além: “trabalhar duro para exercer um papel renovador, não somente no panorama editorial (...), influenciando hábitos da nação, aguçando curiosidade, avivando seus interesses, aprofundando sua cultura e lhe dando verdadeira dimensão do seu papel no mundo” (p.14).

No início, apenas traduzia para o português as histórias em quadrinhos e as distribuía no Brasil, consistindo num processo de fluxo de comunicação. A partir da década de 70, do século passado, passou a produzir e a criar histórias com personagens da Disney, constituindo em 1989 a Abril Jovem, e a comercializar a produção em espanhol na América Latina. Estratégia também utilizada na Espanha e em Portugal (com o idioma português). Assim, iniciou o processo de internacionalização “de dentro para fora”, o contra-fluxo.

Ao analisar a entrada em Portugal, percebe-se dois momentos. No primeiro, verifica-se que levava revistas em português (do Brasil) para as terras portuguesas. Algo que causou um grande impacto para os professores da educação básica, pois as crianças começavam a levar para a sala de aula um idioma com gramática diferenciada do que era adotado no país. Problema esse que levou uma professora portuguesa a pedir a Victor Civita que não colocasse no mercado português uma revista que não trabalhava com o idioma local. Isso acabou mexendo com o dono do grupo que decidira que o grupo deveria fazer “produtos” exclusivos para o mercado em Portugal.

O segundo momento, considerado o mais acertado, se dá quando o grupo investe em conhecer e a trabalhar com a cultura local. É a partir disso que se pode considerar que acontece a entrada oficial em Portugal, levando o Grupo a ser bem aceito pelo mercado português. É o momento em que passa a investir em revistas para públicos diversificados. Porém, isso não era suficiente. Como exigia um conhecimento mais apurado da realidade do país, em 1988, se associou a um grupo local, o Controljornal, criando uma nova editora, passando a editar a revista *Exame*. Parceria essa que deu certo e levou o Grupo Abril, em 1996, a associar todos os negócios da área editorial, que tinha em Portugal, ao Controljornal e, juntos, se tornaram a maior editora de Portugal com revistas em vários segmentos.

Em 1999, o novo grupo midiático, formado pela Abril e Controljornal, é procurado pelo grupo suíço Edipresse que também se torna um dos parceiros, resultando em 1/3 de ações para cada sócio. Essa parceria foi interessante para o Grupo Abril, pois lhe ajudou a pagar algumas dívidas no Brasil. Porém, com a crise no mercado português, em 2001, e com os prejuízos que vinham sendo causados pela implantação da TVA, a primeira TV por assinatura no Brasil, e com a desvalorização do Real, em 2002, vendeu sua parte no negócio, se retirando de Portugal e licenciando seus títulos.

O segundo passo oficial dado pelo Grupo Abril no processo de internacionalização “de dentro para fora” foi a criação da Editorial Primavera na Espanha, com base na aposta em sua experiência com revistas em quadrinhos.

Chegou no lugar, publicou revistas Disney, mas, não obteve aceitação do público-alvo. O erro foi descoberto mais tarde: as crianças espanholas não gostavam do tipo de publicação que estava sendo colocada no mercado. Ou seja, não levaram em consideração a cultura do país e não tinham um sócio local que pudesse lhe dar as diretrizes corretas, baseadas na realidade espanhola. Assim, três anos depois, em 1992, teve que sair do país, evitando mais prejuízos, pois, no Brasil, os negócios também não estavam bem financeiramente.

Um ano antes de sair definitivamente da Espanha, em 1991, mesmo com problemas, passou a investir na Argentina, pois, já havia sido procurado em 1989 pela empresa que tinha comprado a editora de César Civita (irmão de Victor Civita que o auxiliou a abrir a Editora no Brasil). Os investimentos no solo argentino também não deram certo. Em 2000 teve que sair do país por que a máfia de distribuidores não aceitava que fossem vendidas assinaturas no país, como faziam no Brasil, dizendo que não permitia mais as atividades do Grupo naquele local. Com mais um erro cometido por não conhecer as estratégias comerciais do país, a Abril vendeu a Editorial Primavera para o Grupo Perfil que se tornou seu sócio na Editora Caras do Brasil.

No período de 1990 a 1996 passou a atuar na Colômbia através da Editorial Cinco que era de Carlos Civita, primo de Roberto (filho de Victor Civita que herdou o Grupo Abril, como se conhece hoje). Apesar de o presidente do Grupo Abril, Roberto Civita, afirmar que seus negócios eram apenas de licenciamentos dos títulos que têm no Brasil, conforme o site da colombiana Associação Nacional de Meios de Comunicação, a Editorial Cinco foi criada pela Editora Abril com operações em toda a América Latina. Dessa forma, de acordo com os dados fornecidos pelo setor jurídico do Grupo e enviados pela Diretoria de Relações Institucionais para a concretização desta pesquisa, as atividades com a Editorial Cinco foram encerradas em 1996. Porém, mesmo com esta informação, é fato que ainda são publicados e vendidos os títulos da Editora Abril, como *Boa Forma*, conhecida como *En Forma* em espanhol, na Editora Cinco da Colômbia, do México e do Chile.

A atividade feita na Colômbia, apesar de não ter sido bem explicada pelo presidente do Grupo Abril, Roberto Civita (2005), e nem pelo consultor editorial do Grupo, Thomaz Corrêa (2005), mostra que a estratégia feita no país vizinho não pretendia seguir a terceira tendência das transformações da mídia, descrita por Thompson (1998): globalização da comunicação, pois, não é bem explicada e nem bem acompanhada pelo principal interessado: o Grupo Abril. Dessa forma, percebeu-se que no processo de internacionalização “de dentro para fora” do Grupo não incluía esse investimento.

De acordo com o presidente do Grupo Abril, Roberto Civita (2005), o processo de internacionalização do Grupo consistiu basicamente em trazer o mundo para dentro do Brasil e não de sair. Para Civita, eles trouxeram o mundo para dentro do Brasil, adaptando os produtos ao mercado e à cultura brasileira. A saída não representou muito, pois, só foram bem sucedidos em Portugal. Tentaram a Argentina e Espanha, mas não conseguiram êxito, pois não se organizaram estrategicamente.

É interessante verificar a avaliação que o Grupo Abril faz em sua atuação no exterior. Pois, é fato que consideravam que sua experiência no mercado brasileiro era suficiente para conseguir outros mercados. Porém, verificaram que isso foi um erro. Era preciso entender e conhecer o local, assim como o mercado.

Com a entrada de capital estrangeiro(4) e a reformulação de suas estratégias em investir mais no mercado interno, o Grupo Abril acredita que irá crescer e expandir suas atividades nos mercados interativo e audiovisual. A TVA, por exemplo, apesar de ter dado muitos prejuízos para o Grupo, hoje vem dando bons resultados e, conforme o presidente do Grupo Abril, Roberto Civita, promete ser melhor ainda quando a TV digital for adotada no país.

No campo editorial, mantém 10 parcerias internacionais com grupos que lhe deram *know how*, dessa forma, acreditam que, dificilmente, continuarão seguindo no processo de internacionalização “de fora para dentro” com as publicações. Lançar um título no mercado hoje e torná-lo uma marca forte e reconhecida internacionalmente é visto pelo Grupo como algo quase que impossível, pois, a fórmula precisa ser diferente e boa. Isso significa para seus dirigentes que o processo de internacionalização “de fora para dentro” no campo editorial só se dará com uma marca forte e conhecida, como a *Playboy*, por exemplo.

Na estratégia do Grupo hoje não está a sua internacionalização. Porém, como tem grandes empresas, produtos de qualidade e atividades diversificadas, com reconhecimento na América Latina pode voltar a investir em outros mercados, mas, isso não em curto prazo. Pois, a meta hoje é dobrar o negócio internamente. Fazer revistas de qualidade que vendam bastante e com um preço acessível, pois, o grande problema do grupo é a situação econômica do país, onde os brasileiros não têm condições de comprar revista, pois afeta seus custos mensais.

Hoje a presença do Grupo Abril no exterior só é possível pelas assinaturas internacionais em 73 países, sendo que todas as revistas são editadas no idioma português (do Brasil). Além disso, através do Conteúdo Expresso, uma empresa pela qual a Abril terceirizou a sua venda de material para outros grupos: fotos, histórias, reportagens, uma espécie de agência de notícias ligada ao Departamento de Documentação do Grupo.

Assim, embora o Grupo Abril tenha começado suas atividades, em 1950, partindo do processo de internacionalização de “fora para dentro” e três décadas depois, 1980, ingressando no processo de internacionalização de “dentro para fora”, não é possível fazer previsões sobre suas estratégias no campo internacional. No momento, percebe-se que está se organizando financeiramente para se estabilizar e duplicar seus rendimentos no Brasil. Dessa forma, é provável que dê continuidade à sua trajetória e mantenha-se como o maior grupo editorial da América Latina.

Estratégias dos grupos de mídia

Os grupos de mídia têm uma série de estratégias à disposição. Porém, é fato que muitos ainda continuam endividados por que tentam atuar sem planejamento, profissionalismo e não respeitam a legislação brasileira, o

público-alvo e seus concorrentes (grandes e pequenos grupos). No caso da internacionalização, por meio da análise da trajetória midiática do grupo Abril, percebe-se que não se pode entrar em outros países de forma aleatória. Exige-se conhecimento e previsão de resultados positivos. Caso contrário, perde-se credibilidade e acumulam-se mais dívidas para o Grupo. Falhas que custam caro para o futuro e desenvolvimento do conglomerado.

Percebe-se, assim, que os grupos midiáticos brasileiros precisam entender melhor o campo comunicacional. Não adianta seguir a “intuição”. Como qualquer outra empresa, exige-se planejamento e previsão de resultados. E, no caso da comunicação, uma legislação adequada e reconhecimento que é um direito de todos. Afinal, estratégias existem, mas precisam ser bem aplicadas e no campo da comunicação internacional deve-se verificar as realidades e os mercados.

Referências Bibliográficas

ANUÁRIO de Mídia 98/99 – Norte/Nordeste/Centro-Oeste. São Paulo: Meio & Mensagem.

BAGDIKIAN, Bem H. 1993. *O monopólio da mídia*. Tradução de Maristela M. de Faria Ribeiro. São Paulo, Página Aberta.

CABRAL, Eula D. T. Capital estrangeiro na mídia brasileira: salvação ou desgraça? CD-ROM dos Anais do XXVI Intercom – Congresso da Sociedade Interdisciplinar da Comunicação. NP Políticas e Estratégias de Comunicações. Belo Horizonte – MG, 2003.

_____. A internacionalização da mídia brasileira: estudo de caso do Grupo Abril. São Bernardo do Campo, SP. Tese de Doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo – UMESP, 2005.

_____. As indústrias culturais no Brasil: análise da mídia brasileira. In: LUSOCOM 2006. Santiago de Compostela, 2006.

_____. A mídia brasileira sob o ângulo constitucional. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Rio de Janeiro, 2005.

_____. Os grupos de comunicação e o cenário midiático brasileiro. *Verso & reverso*, Em: www.versoereverso.unisinos.br, v. 41, 2005.

CABRAL, Eula D. T., CABRAL FILHO, Adilson V. Do massivo ao local: a perspectiva dos grupos de Mídia. In: SOUSA, Cidoval Moraes de. (Org.). *Televisão regional: globalização e cidadania*. Rio de Janeiro, 2006, v. 1, p. 47-72.

CAPARELLI, Sérgio, LIMA, Venício A. *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.

CARNEIRO, Glauco. *Fazendo a cabeça do país: introdução à história das Editoras Abril e Nova Cultural e seu papel na difusão de inovações dentro da*

sociedade brasileira. São Paulo: Dedoc, 1986.

CHAN, Joseph Man. Media internationalization in China: processes and tensions. *Journal of Communication*, vol. 44, n. 3, 1994. pp. 70-88.

CIVITA, Roberto. Internacionalização do Grupo Abril. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira Cabral no dia 11 fev.2005.

CORRÊA, Thomaz Souto. Internacionalização do Grupo Abril. Entrevista concedida a Eula Dantas Taveira Cabral no dia 11 fev.2005.

FADUL, Anamaria. A internacionalização dos grupos de mídia no Brasil nos anos 90. *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo do Campo: UESP, nº 29, p. 67-76, 1998a..

FESTA, Regina, SANTORO, Luiz Fernando. A terceira idade da TV: o local e o internacional. In: NOVAES, Adauto (org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

FORTNER, Robert. *International Communication: History, Conflict, and Control of the Global Metropolis*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Co., Inc., 1993.

LEI vai ampliar acesso ao livro e marca lançamento do Ano da Leitura. Em questão. Disponível em: www.brasil.gov.br/emquestao/eq271.htm#. Acesso em 20 set.2005.

MCCHESENEY, Robert W. 2003. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Dênis de (org). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro, Record.

MORAES, Dênis de (org). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MOWLANA, Hamid. *Global information and world communication: new frontiers in international relations*. Nova York: Longman, 1986. 248p.

MURCIANO, Marcial. *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1992. 252p.

PARTICIPAÇÃO de Capital Estrangeiro nas Empresas Jornalísticas e de Radiodifusão Sonora e de Sons e Imagens. PROJETO DE LEI - Dispõe sobre a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, conforme o § 4º do artigo 222 da Constituição Federal, altera o art. 38 da Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962, e dá outras providências. Ministério das Comunicações. Disponível em www.mc.gov.br. Acesso em 01 de agosto de 2002.

SETEPONTOS. Informativo Eletrônico Sete Pontos. Edições 1 a 41. Disponível em: www.comunicacao.pro.br/setepontos. Acesso em 30 mai.2007.

STRAUBHAAR, Joseph D. O declínio da influência americana na televisão

brasileira. *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo do Campo: UMESP, nº9, p.61-77, junho 1983.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

Notas

1 CABRAL, Eula D. T. Os grupos de comunicação e o cenário midiático brasileiro. *Verso & Reverso*, v. 41, 2005. Disponível em: www.versoereverso.unisinos.br

2 John Thompson conceitua e mostra o que seriam essas mudanças em sua obra *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia* (1998).

3 Existem “ruídos” na mídia que outros grupos se preparam para receber capital estrangeiro, mas nada confirmado. Registra-se que, desde abertura legal para o capital estrangeiro, em 2002, somente o Grupo Abril o conseguiu.

4 Com a abertura do capital estrangeiro para a mídia brasileira, em 2002, o Grupo Abril, em 2004, se associou aos fundos de investimento em empresas de capital privado (*private equity*) da Capital International, Inc., resultando num aumento de capital de R\$ 150 milhões, correspondente a 13,8% do capital. De acordo com o conglomerado, a entrada dos recursos possibilitou a recomposição do capital de giro e o abatimento das dívidas. Com essa revirada, o Grupo Abril já está planejando uma futura abertura de capital no mercado.

*** Eula Dantas Taveira Cabral**

Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp, jornalista, professora e pesquisadora universitária. Participa dos seguintes grupos de pesquisa registrados no CNPq: Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência – EMERGE (UFF) e Núcleo de Pesquisa sobre Mídia Regional e Global (UMESP). Também é editora do informativo eletrônico Sete Pontos, disponível em: www.comunicacao.pro.br/setepontos.

Olhares internacionais: correspondentes sediados no Rio de Janeiro

(Faculdade de Comunicação Social da Uerj, dezembro de 2006)

Apresentação

Agradecemos à presença dos professores do mestrado em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, aos alunos da graduação e da pós e aos quatro convidados pela gentileza de estarem no *campus* da Universidade para tratar de um assunto pouco estudado na área de comunicação.

Nos currículos antigos, em especial aqueles na década de 1980, havia uma disciplina intitulada Sistemas Internacionais de Comunicação. Hoje esse é um tema ausente da grade de muitos cursos, daí a importância desta palestra organizada pelos alunos, em 2006, da disciplina de Comunicação Internacional do Programa de Pós-graduação em Comunicação – mestrado – da Uerj, que também encerra as atividades da disciplina no semestre. Este encontro faz parte do Seminário de Produção Acadêmica (SPA), no qual os alunos da graduação e da pós-graduação se encontram em algumas ocasiões para debater assuntos pré-agendados.

Participam desta mesa os seguintes correspondentes internacionais: Paula Gobbi, presidente da Associação dos Correspondentes de Imprensa Estrangeira no Rio de Janeiro (ACIE), que reúne praticamente todos os correspondentes estrangeiros sediados na cidade; a brasileira Ivani Flora, que trabalha para a rede de televisão SIC, de Portugal; Ana Maria Geres, diretora no Brasil da agência de notícias espanhola EFE, e Krzysztof Gluchowski, correspondente do jornal *The Polish Daily*, que circula na Grã-Bretanha.

Paula Gobbi – presidente da ACIE

Agradeço ao curso de Comunicação da Uerj pela aproximação com os correspondentes estrangeiros. Primeiro vou contar um pouco da história da ACIE. Ela foi fundada em 1962 no Rio de Janeiro como um clube de correspondentes estrangeiros. No governo João Goulart, os correspondentes decidiram se associar para defender os interesses da classe e representar a categoria junto às autoridades e à sociedade.

O grupo embrionário se transformou no que é a atual Associação dos Correspondentes de Imprensa Estrangeira no Rio de Janeiro, formada por mais de 120 correspondentes de 30 países. Temos representantes dos Estados Unidos, da Grã Bretanha, França, Itália, Espanha, Coreia, Japão, Egito e Polônia, entre outros, e de meios de comunicação que vão desde a TV árabe Al Jazeera até a CNN. Cada um desses correspondentes abre uma janela do Brasil para o mundo. Nos últimos anos a ACIE tem se aproximado da Associação dos Correspondentes Estrangeiros em São Paulo (ACE) e da Associação dos Correspondentes Internacionais em Brasília (ACI). A ACI é pequena, mas a ACE está crescendo muito em função especialmente das matérias financeiras e econômicas geradas em São Paulo. No Brasil trabalham em torno de 300 correspondentes credenciados no Itamaraty e vinculados a 314 meios de comunicação, entre jornais e emissoras de rádio e de TV de vários países.

Nas últimas quatro décadas capítulos importantes da história brasileira têm percorrido o mundo por meio da cobertura dos correspondentes. Os anos obscuros da ditadura militar, a volta à democracia e a última eleição presidencial são alguns exemplos. A imprensa estrangeira cobriu o bom e o ruim desses anos, tanto a desigualdade social quanto a riqueza cultural e a estabilidade econômica. Também não deixamos de lado a capacidade de o brasileiro superar os escândalos de corrupção no intento de que não acabem ‘em pizza’. Foi nossa tarefa também traduzir palavras como ‘sanguessugas’ e ‘mensalão’ na cobertura das eleições presidenciais de 2006.

Em 2006 a Associação promoveu vários eventos, entre eles coletivas com dois candidatos a presidente: Heloisa Helena (PSOL) e Geraldo Alckmin (PSDB). Também realizamos coletiva com o coordenador nacional do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), João Pedro Stédile, sempre aberto à imprensa estrangeira. Integramos, junto com representantes da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), um comitê de mediação no debate entre os principais candidatos ao governo do Rio de Janeiro transmitido pela TV Record e também participamos do programa Observatório da Imprensa que discutiu o tema “Como a imprensa estrangeira avalia o processo eleitoral no Brasil”. Estamos insistindo para entrevistar o presidente Lula – a última vez em que nos concedeu uma entrevista ele ainda era candidato... Desde o começo da gestão Lula temos tido pouco sucesso em ampliar o número de coletivas com integrantes do governo federal. Como ele tem falado que vai se aproximar da imprensa, esperamos que nos próximos anos possamos fortalecer nosso trabalho e presença no país.

A economia também se destacou entre as pautas das matérias internacionais. Integrante do grupo identificado como BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) e, mesmo que não tenha atingido o crescimento de 10,4% da China, o Brasil é considerado um país emergente e em expansão, o que gera muito interesse internacional. Com a crise do petróleo, o tema energia alternativa – como o programa bem-sucedido do Brasil com o álcool – teve repercussão e gerou muitas pautas.

A ACIE também atribui prêmio a um jornalista brasileiro de destaque a cada ano. Em 2005 a premiação foi concedida a Alberto Dines, do programa de TV Observatório da Imprensa, um fenômeno interessante porque se trata da mídia observando a mídia. Em 2006 o prêmio foi para Mino Carta. Temos também expandido nossa atuação na área cultural e concedemos um prêmio ao cinema brasileiro: fazemos uma mostra de filmes nacionais e por meio de votação escolhemos o melhor para receber a homenagem. Esse prêmio foi inspirado no *Golden Globe* de Los Angeles (Estados Unidos), que os correspondentes internacionais atribuem ao cinema norte-americano.

O risco de vida dos jornalistas está sendo um fator preocupante. A morte do jornalista Tim Lopes no Rio de Janeiro foi para mim um marco na relação imprensa-favela. Depois do ocorrido, a mídia começou a ser considerada como crescente ameaça nas comunidades pobres. Alguns jornalistas tiveram equipamentos fotográficos e câmeras de vídeo roubados e o seqüestro de dois jornalistas em São Paulo (o repórter Guilherme Portanova e o auxiliar técnico Alexandre Coelho Calado, da TV Globo), com a exigência de que a emissora exibisse o vídeo, também constituiu um antecedente perigoso.

A Associação dos Correspondentes de Imprensa Estrangeira no Rio de Janeiro também defende a existência de condições para a coleta de notícias e a liberdade de imprensa e de opinião. Nesse contexto defendemos a controversa matéria do jornalista Larry Rother, do *The New York Times*, que escreveu sobre o gosto do presidente por cachaça, um texto que quase lhe custou o visto de trabalho. O ilustre Thomas Jefferson diz que a imprensa, tal como cão de guarda, deve ter liberdade para criticar e condenar, desmascarar e antagonizar. Sem liberdade de imprensa as outras liberdades desmoronam.

É muito difícil para os correspondentes estrangeiros disputar o espaço dedicado ao Brasil. Nos meios de comunicação as páginas dedicadas às notícias internacionais são em número reduzido e atualmente temos que disputar espaço com conflitos no Oriente Médio, programas nucleares na Coreia do Norte e no Irã. Isso requer mais agilidade e originalidade nas matérias impressas. O espaço que os correspondentes dispõem para as matérias depende do veículo para o qual se trabalha. Em uma revista há mais possibilidade de aprofundamento. Nas agências o espaço também é geralmente maior. Tenho um colega que trabalha em agência de notícia e que, em apenas um dia, chegou a escrever 18 matérias.

Quando escrevemos uma matéria devemos ter conhecimento geral sobre o assunto e contextualizá-lo. Trabalhei durante seis anos como correspondente em um programa da BBC de Londres e quando me empolgava com um assunto

o editor me “freava”. Temos que ter em mente que estamos transmitindo uma informação para pessoas que não sabem nada sobre o Brasil. É como se vocês fossem ler uma matéria sobre um país europeu ou africano cujo dia-a-dia não acompanham. No caso dos ataques em São Paulo cometidos pela organização criminosa Primeiro Comando da Capital (PCC), por exemplo, foi preciso explicar o porquê da revolta.

Sobre a imagem do Brasil retratada no filme *Turistas* – que conta a história de amigos que vêm passar férias no Brasil e acabam assaltados, drogados e vítimas de uma quadrilha de tráfico de órgãos – li várias matérias a respeito, mas a maioria foi escrita nos Estados Unidos. Li pouco do Brasil sobre isso. Surpreendeu-me que não houve muita repercussão na mídia daqui. Em uma das matérias escritas nos Estados Unidos li que a Embratur achou as imagens do Brasil bonitas, mas que a parte da violência não correspondia à realidade... É um filme de ficção-científica. Isso me lembra o episódio do desenho animado Os Simpsons que se passava no Brasil e mostrava macacos. Na época o presidente Fernando Henrique Cardoso criticou o desenho. Mas é um desenho animado! Não devemos dar a mesma importância que uma matéria real escrita por um correspondente.

Atualmente a imagem financeira do Brasil no exterior tem muito mais importância. As pessoas querem saber onde vão investir, se o país possui estabilidade econômica, se há privatizações, como está a área de telecomunicações... Tudo isso movimenta o mundo, o resto é folclore. Todo mundo gosta muito do Brasil pelo carnaval e suas festas.

Como jornalista gosto muitas vezes de situações de risco. Já fui à favela Cidade de Deus e entrevistei traficante à noite com câmera e sem autorização. Isso depende do meio, das circunstâncias e também do jornalista. Há profissionais excelentes que trabalham em escritório, não vão tanto a campo. Eu gosto de subir favelas, mas também tenho feito matérias no Pantanal com onças, cobras, jacarés, animais em extinção. O jornalismo é muito variado. Gosto dessa exposição, do contato com as pessoas, do intercâmbio que me enriquece como jornalista.

Com relação a direitos autorais, certa vez tivemos um incidente na ACIE: um jornalista inglês usou parte do texto de uma agência de notícias e não deu o crédito, incorporou trechos como se a matéria fosse dele. Nos Estados Unidos isso não é permitido, mas recebemos uma carta do editor dizendo que havia um acordo com a agência e que não era problema, o jornalista tinha toda a liberdade de usar partes dos textos como se dele fossem. São duas formas de lidar com o mesmo problema.

Acho que em geral a cobertura internacional dos meios de comunicação do Brasil é muito escassa. Se quisermos informar sobre algum país, não devemos ir aos arquivos do jornal local porque o material certamente será limitado. Digo isso em termos gerais, porque logicamente há exceções, como *O Estado de S.Paulo*, que é um excelente jornal. O interessante é que sou argentina e com o Mercosul estamos todos um pouco vinculados. Poderia haver mais interesse,

mas em geral as matérias sobre outros países são poucas, exceto o Iraque, para o qual se dá muito destaque. Há poucas reportagens, pelas quais podemos aprender sobre o modo de vida de um povo e sua cultura.

Um outro problema muito sério no Brasil é que pouquíssimas pessoas lêem jornais. Recentemente conversei com o ombudsman da *Folha de S. Paulo* e ele disse que se somarmos os exemplares de *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e um outro jornal chegamos a uma distribuição diária de um milhão de jornais, num país com quase 170 milhões de habitantes! É uma circulação muito limitada e depende de alguma ação para se ampliar os interesses dos leitores.

Ivani Flora – Rede SIC de Televisão (Portugal)

Trabalho para a SIC, uma das três emissoras de TV portuguesas (as outras duas são a RTP, pública, e a TV1). Sou brasileira e me considero uma correspondente às avessas, pois entrei circunstancialmente na área. Até tenho cidadania portuguesa, mas não comecei a trabalhar com eles por conta disso: trabalhei na Fundação Roberto Marinho e quando apareceu uma oportunidade na emissora de Portugal um colega, que já tinha trabalhado naquele país, lembrou de mim ao lhe pedirem uma indicação. Foi uma relação que começou como *freelancer*, depois se tornou mais periódica e já dura nove anos.

Trabalhar com televisão apresenta um complicador: a estrutura, que é muito cara. Para fazer uma matéria não se pode simplesmente apurar por telefone. É preciso estar lá, mostrar a o entrevistado. E para qualquer coisa que se queira mostrar é necessário se deslocar. Isso implica a necessidade de um cameraman – antigamente era preciso um assistente; atualmente, em razão da praticidade e dos custos, isso não existe mais –, do equipamento, de uma ilha de edição e de como a matéria vai chegar ao país que se quer enviar. Pode-se mandar por satélite, o que é muito caro, e por avião (se for um assunto do dia, prejudica a periodicidade). Desde a Copa do Mundo posso enviar matérias por computador por meio de um programa patenteado. É um mecanismo novo que nos deixa um pouco tensos porque às vezes o processo é demorado, pois dependendo do evento não temos banda larga no Brasil. No dia das eleições este ano foi complicado porque a empresa telefônica direcionou todo o sistema para a apuração e a banda larga ficou muito lenta. A TV ainda é um veículo caro, o que acaba às vezes limitando as pautas.

Por outro lado, a vantagem da televisão é que é preciso ter sempre um jornalista. A globalização da informação na internet prejudicou muitos colegas devido à rapidez do acesso à informação. Mas é importante para as emissoras de televisão que elas estejam representadas em alguns lugares estratégicos. No Brasil, o forte não são as notícias internacionais, mas a Rede Globo ampliou a sua cobertura: atualmente ela possui correspondentes na China, na Itália, em Buenos Aires (com abrangência da Venezuela)... A Band e o SBT também passaram a ter correspondentes. Cada emissora de televisão precisa ter a sua identidade, a sua marca, mesmo que às vezes esses assuntos sejam trabalhados com imagens de agências.

Um jornalista sozinho em determinado país não tem condições de estar

presente em todos os acontecimentos, é um trabalho solitário. Contamos muitas vezes com imagens de agências e, no Brasil, com imagens das emissoras brasileiras. Antes eu trabalhava muito com a TV Globo até porque a SIC tinha uma parceria com a emissora. A Globo possui uma agência internacional apenas para atender correspondentes. Se acontecer algo em São Paulo, por exemplo, claro que eu não vou até lá para conseguir imagens: entro em contato com a TV Globo, seleciono e trabalho as imagens, ou seja: ouço pessoas que possam comentar o assunto, dou uma abordagem que interesse a Portugal. A emissora também possui serviço de edição de matéria e pode-se ainda gerar por satélite. Eles estão terceirizando esse serviço e atualmente os correspondentes de televisão estão trabalhando com a Band e procurando outras formas para encontrar as imagens.

Como brasileira tenho a vantagem do idioma para trabalhar em Portugal. Eles não se importam com a questão do sotaque porque a SIC transmite muitas novelas brasileiras, a audiência já está familiarizada com alguns termos. Claro que me preocupo para que algo que eu diga não seja um ruído na minha matéria. Por mais que eles entendam se eu falar caminhoneiros em vez de ‘caminhonistas’ ou policiais em vez de ‘polícias’, isso acaba sendo um ruído. Se tenho tempo procuro estudar o texto com alguém de lá. Há coisas que preciso perguntar várias vezes – não acredito, por exemplo, que eles chamem camiseta de camisola.

É confortável falar do seu país para fora, mas deve-se ter a preocupação para quem estamos falando. Eu falo para um público que por acaso conheço um pouco porque sou descendente de portugueses, tenho paixão pela cultura portuguesa. Temos que contextualizar as matérias, conhecer bastante a linguagem da televisão de lá, sem ser de uma forma não preconceituosa. A linguagem de televisão europeia é um pouco mais lenta, os *takes* são maiores, o ritmo é mais lento. No Brasil somos mais parecidos com os americanos, uma coisa mais “clipada”, mais rápida. Podemos aprender isso com eles, também tenho as minhas críticas ao formato, mas acho que devemos em primeiro lugar ter respeito pelas pessoas para as quais estamos falando.

Não sigo uma periodicidade de assuntos, a cobertura depende do que está acontecendo aqui e no mundo. Às vezes algo que achamos ser muito importante aqui perde espaço para uma notícia de guerra no Timor Leste, que interessa muito a Portugal, ou até mesmo a guerra no Iraque. O interesse de Portugal pelo Brasil cresceu na década de 90, creio que devido à questão econômica, pois foi quando tiveram início as privatizações e as empresas portuguesas começaram a entrar no país; assim eles passaram a ver o Brasil com outros olhos. As pautas não são mais apenas favelas e carnaval – cobrimos tudo.

Em geral, a SIC cobre muito o assunto guerra. Sendo assim é comum encontrarmos jornalistas em perigo, já houve casos de profissionais baleados e mortos. No Brasil procuro evitar situações de risco. Não quero virar nome de prêmio. Acredito que às vezes entramos em situações perigosas por empolgação. Quando cheguei ao Rio era um pouco difícil obedecer às proibições de não poder entrar em determinada comunidade porque gosto do contato com as

peessoas. Não entendia por que não podia entrar em uma comunidade sem autorização, mas depois começamos a entender que existem códigos que devemos respeitar.

Sobre a cobertura internacional no Brasil acredito que seja boa e abrangente. Com relação ao conteúdo, acho que o volume, a demanda e o ritmo frenético fazem com que as coberturas estejam um pouco “viciadas”. Não há espaço para o jornalista fazer um exercício, para considerar o assunto de outro ângulo. Alguém entra numa canoa e todos vão juntos. Não é uma crítica aos jornalistas, mas à estrutura de trabalho, que engloba principalmente a cobertura internacional. Portugal é um país pequeno e precisa recorrer muito a notícias internacionais, mas lá encontramos notícia de Cuba, por exemplo. Aqui, até há pouco tempo, nunca se tinha ouvido falar em Timor Leste. Para o jornalismo internacional é legal sempre ver a TV Al Jazeera para entender o Oriente Médio. Como as TVs se abastecem nas agências ocorrem fatos curiosos. Em um determinado dia mostram as eleições presidenciais no Quênia, que a princípio pode parecer desinteressante. O interesse se desenvolve, se desperta. É só começar a olhar por outros ângulos. Há muita coisa importante para mostrar fora do eixo Europa - Estados Unidos. É importante saber que, com algumas ressalvas, teremos uma outra visão de uma guerra no Oriente, por exemplo. A cobertura das eleições no Brasil em 2006, por exemplo, foi complicada – creio que devido ao ritmo acelerado imposto aos profissionais.

Ana Maria Geres, agência EFE – Espanha

Faz um ano que vivo no Brasil e para mim foi um pouco difícil esse começo, porque ainda estou longe de dominar a língua portuguesa. Na agência de notícias trabalhamos 24 horas por dia e sete dias na semana. Somos uma equipe e não apenas uma pessoa cobrindo para uma mídia como os correspondentes, o que faz muita diferença. De um lado porque a equipe participa do processo e ao mesmo tempo cobrimos tudo.

Primeiro vou falar um pouco sobre a rotina de trabalho. Como chega a informação? Temos setores fixos que cobrimos todos os dias. A Bolsa de Valores de São Paulo é um exemplo: temos duas informações diárias sobre a Bolsa. O mercado de matérias-primas também é rotina. Além disso, obtemos informações por meio de coletivas de imprensa, entrevistas, seminários, enfim, todos os tipos de eventos. Temos também a ajuda da mídia local, muito importante em situações inesperadas, como o acidente com o avião da Gol. Apesar de sermos uma equipe, somos muito pequenos se comparados à Agência Estado ou à agência de O Globo.

Quais são as nossas dificuldades? Primeiro a imensidão do território brasileiro. Possuímos três escritórios: São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro, sendo este o principal. Quando ocorre algo em Porto Alegre, por exemplo, temos que enviar alguém ou pedir ajuda a um colaborador. Ao mesmo tempo, boa parte das informações que procuramos acontece nessas três cidades, o que nos dá um certo controle. Um dos problemas dos correspondentes de agências de notícias é a resposta lenta dos interlocutores. Acontece freqüentemente de

ligarmos para alguém, pedirmos uma entrevista ou um comentário e nos pedem para ligarmos no dia seguinte. É muito difícil que a pessoa compreenda que a agência não pode esperar, pois o amanhã é muito tarde. Isso era possível há muitos anos, mas agora, principalmente após a internet, precisamos na hora.

Outro problema é a falta de estudos estatísticos. No Brasil esse talvez não seja um caso tão grave, pois há muitas instituições que fazem estudos interessantes. Quando aconteceram os ataques em São Paulo comandados pelo PCC tentei encontrar estatísticas em nível nacional sobre a situação das unidades prisionais, mas foi impossível. Primeiro porque os estudos são feitos em nível estadual e também porque no Brasil, apesar de a internet ter bastante penetração, ainda está um pouco longe de atingir o nível de países como os Estados Unidos e a França, onde trabalhei antes.

Nossa audiência é o mundo todo. Temos clientes da Espanha (somos uma agência espanhola), dos Estados Unidos, da América Latina, do mundo árabe... Quando acontece alguma coisa, temos que pensar no cliente, no que as pessoas que recebem o nosso serviço estão procurando. Devemos estar muito atentos quando há visitas de presidentes e ministros de outros países, acordos financeiro ou empresarial entre empresas brasileiras e de outros países. Temos que optar, não podemos fazer tudo, pois é impossível. Uma das dificuldades é decidir quais matérias vamos enviar. Temos de ter em mente que – além de muitos clientes como portais, jornais, emissoras de TV e de rádio – temos diferentes serviços a prestar. Devemos pensar na foto, na matéria escrita, na imagem, na sonora. O correspondente deve ser polivalente. Há algum tempo os correspondentes passaram não só a escrever matérias, mas também a servir a mídia em todos os aspectos. Isso complica um pouco o trabalho. O profissional deve ir a uma coletiva de imprensa, pegar notas, gravar e algumas vezes tirar fotos. O nosso caso é um pouco distinto porque temos fotógrafo, mas eu já fiz reportagens para as quais tive que escrever a matéria, fazer fotos e gravar a sonora.

A temática de uma agência de notícias é ampla: abrange todas as matérias que podemos encontrar em um jornal e em portais, além da política em linhas gerais. O correspondente, quando escreve uma notícia, deve ter em mente que o leitor que está nos Estados Unidos ou em outro país não conhece o Brasil, conhece alguns nomes da política, como o presidente, o ministro das Relações Exteriores, mas não conhece o governador do estado, por exemplo. O correspondente deverá aprofundar menos e explicar mais o contexto. Ao falar do PT, terá que dizer o que é, que tendência política possui para que todos compreendam melhor. É possível que um brasileiro, ao ler uma matéria da agência, pense que é muito superficial, mas é importante para o leitor compreender bem a matéria, daí a razão de darmos mais informações básicas, que um nacional não precisaria. Ao escrevermos uma matéria devemos pensar também que encontraremos clientes especializados, como na área de energia. O Brasil é um país muito interessante para fornecer matéria sobre energia. As grandes áreas de informação são política, justiça, economia e cultura. Mas na realidade, qualquer assunto pode ser notícia na agência.

A internet mudou bastante a forma de trabalho das agências. Primeiro porque a informação é muito mais imediata. Há 20 anos, quando eu ia a uma coletiva de imprensa, voltava para o escritório e escrevia tranquilamente. A internet fez com que muitas vezes tenhamos que enviar a matéria do próprio lugar do acontecimento da notícia. Quando temos uma reunião internacional, como a Cúpula do Mercosul, nunca voltamos ao escritório para escrever a matéria, assim como também não saímos do local para enviar uma foto. Tudo é feito do próprio lugar onde ocorre a notícia. A dificuldade de se fazer várias coisas ao mesmo tempo é escrever de maneira clara e útil para o leitor. A agência de notícias de 20 anos atrás era uma mídia que produzia para outra mídia. O público em geral só via a notícia da agência quando ela era publicada. Com o advento da internet, muitas agências criaram portais e qualquer pessoa pode ter acesso à notícia diretamente nos portais. Nos últimos anos, porém, as agências estão eliminando o acesso ao serviço por ele ser pago, mas se vocês recorrem aos portais do UOL ou do Terra vão ver todas as informações das agências. O acesso é menos direto, mas vocês terão acesso ao mesmo material produzido pelas agências. Trata-se de uma política comercial simplesmente.

Não vejo muita diferença no trabalho desenvolvido por mim nos países onde trabalhei, sobretudo pela dinâmica da agência. Quando trabalhava em Paris cobria a Bolsa de Valores, assim como em Nova York. No Brasil não cubro a Bolsa, mas há alguém que o faz. Na França eu era redatora; em Nova York, diretora, assim como sou atualmente no Brasil. A diferença maior está na capacidade do país, no costume, em como o jornalista é tratado. Nos Estados Unidos, o respeito pela imprensa é grande. Um problema que a agência pode enfrentar é se a mídia é conhecida ou não. Nos Estados Unidos, as instituições conhecem jornais como *Le Monde*, *The Times* e *O Globo* (muito conhecido fora do Brasil). Quando nos apresentamos e tentamos obter uma entrevista ou alguma informação é muito importante o veículo para o qual o correspondente trabalha. Nesse caso o jornalista pode ficar traumatizado, pois se a mídia não é conhecida ele terá maior dificuldade, principalmente porque nos Estados Unidos e na França se pensa muito em termos de repercussão. Um jornalista de *O Globo* terá mais chances de conseguir uma entrevista com o secretário-geral da ONU do que um repórter do jornal *A Tarde*.

No Brasil, a agência EFE começa a ser conhecida, não é tão complicado, sobretudo com instituições e grandes empresas. Eles sabem que o nosso mercado é a América Latina em especial. Se há interesse de difusão na região temos muitas portas abertas. Tenho colegas que trabalham para veículos importantes da Espanha, mas que aqui são desconhecidos. Para eles tudo é muito mais difícil.

Com relação ao conteúdo, as pautas abordam sempre grandes questões políticas internacionais, a política exterior do país, o nível econômico, os resultados das grandes empresas, fusões, operações de compra, grandes negócios etc. Na área de cultura, cobrimos exposições de arte importantes, concertos de artistas conhecidos. Em geral, o critério vai ser sempre o mesmo, respeitando as particularidades de cada país. Na França, por exemplo, questões envolvendo o grupo terrorista ETA são muito importantes. Na época em que eu trabalhava

lá havia muitos terroristas desse grupo refugiados, detidos e extraditados e esse era um assunto que ocupava cerca de 30% do nosso tempo. No Brasil, geramos muitas matérias sobre Mercosul, integração regional, relações com a Venezuela e política nacional. Em cultura, grandes eventos como a exposição do Aleijadinho, a Bienal de Artes de São Paulo, o Fórum Cultural Mundial em Porto Alegre, ou seja, sempre com informações que surtem interesse em outros países. O problema é que são muitas matérias e pouco espaço. Os grandes jornais dedicam no máximo quatro páginas à editoria internacional, o que já é um exagero. O espaço que os correspondentes possuem para publicar suas matérias é pequeno. Nossa vantagem, ao mesmo tempo uma desvantagem, é que nas agências não temos limitação de espaço. Temos tantos interesses que o difícil é cobrir tudo com os poucos meios que temos, mas isso acontece com qualquer agência de notícia.

Em respeito às matérias sobre o Brasil, talvez seja uma surpresa para vocês, mas falamos pouco sobre violência e carnaval. Carnaval para nós é mais uma questão de foto. Escrevemos pouco sobre carnaval porque é um evento que acontece todos os anos e todo mundo sabe o que é. A foto vai retratar o que não foi mostrado no ano anterior. Sobre violência, cobrimos o ocorrido com o PCC porque na realidade era um movimento grande, com muito impacto na sociedade – São Paulo ficou quase paralisada. Mas não estamos escrevendo para brasileiros. O fato de haver violência não é tanto a notícia para nós, merece destaque aquilo que é excepcional. Ficamos em dúvida sobre noticiar o fato do marido que seqüestrou um ônibus por ciúmes da esposa porque a princípio nos parecia um acontecimento violento a mais entre tantos ocorridos no Rio de Janeiro e em São Paulo. No final noticiamos cerca de quatro parágrafos.

Nossas notícias não abordam estereótipos, procuramos coisas curiosas, eventos inevitáveis de se falar como questões ligadas a governo. Se falarmos de saúde, por exemplo, procuramos algo que seja de interesse de todos, como AIDS. Ao falar de justiça, provavelmente vamos noticiar algo que poucas pessoas vão dar ou que aqui terá menos importância. O julgamento (19 anos depois) dos acusados do assassinato do missionário espanhol Vicente Cañas, ocorrido em Mato Grosso em 1987, provavelmente teve mais importância para nós do que para a mídia brasileira, já que ele era espanhol. A exposição de Arte Românica no Museu Histórico Nacional, intitulada Caminho de Santiago no Brasil, passou quase despercebida aqui. Uma delegação da região que promoveu essa exposição se reuniu no Rio com representantes do governo e fizemos várias matérias sobre esse assunto porque temos clientes na região de Castilla y León.

Cobrimos todos os tipos de notícias, inclusive esporte. Acompanhamos muito o futebol brasileiro, tanto com fotos como com textos. Fazemos matérias um dia antes do jogo e no dia do jogo com declarações. Talvez outras agências não façam o mesmo. Nossas matérias dependem do que nossos clientes procuram. Obviamente há assuntos de interesse nacional que possuem relevância para o mundo todo.

Já cobri o Iraque e não tive medo. Tenho mais medo de viver aqui do

que no Iraque, talvez por ter vivido lá antes da guerra. Mas quando estamos trabalhando esquecemos esse lado do risco. Atualmente no Brasil a minha segurança está mais ligada à segurança que qualquer cidadão do país possui. Ainda não cobri matérias difíceis em relação a segurança, como problemas de ocupação de terras e risco de morte. A profissão de jornalista não é sinônimo de risco. Há profissionais que trabalham atrás de uma mesa e nunca vão fazer matérias na rua. Quando se faz matérias financeiras o perigo é muito pequeno. Tenho colegas que arriscaram a vida, inclusive um amigo morreu no Haiti. Em geral a mídia não se preocupa muito com isso. Sei que nos Estados Unidos há mais medidas para proteger o jornalista em situações de risco, enquanto na Europa é menos freqüente. No nosso caso há uma compensação econômica para quem arrisca a vida para trabalhar. Em geral as empresas não forçam os empregados a enfrentarem situações de risco – pelo menos na Espanha.

Direito autoral é um tema complicado porque depende do país. Nos Estados Unidos a proteção é grande. Mas há países em que não há fiscalização. No Brasil, pelo que temos visto, estamos um pouco desprotegidos. Não temos casos de veículos que usam matérias da EFE sem dar crédito. Houve um episódio nos Estados Unidos de um portal que usava em torno de 100 matérias por dia da EFE sem mudar nenhuma vírgula. Davam crédito, mas não pagavam nada à agência, apenas pegavam a matéria e acrescentavam “segundo a agência EFE” e todo o texto seguinte era igual ao nosso. Poderíamos ter recorrido à justiça, mas nossa política foi o diálogo. Permitimos que eles continuassem usando as nossas matérias desde que pagassem. É uma forma de atrair mais clientes e evitar um processo que pode ser longo e caro. Há pouco tempo recebi no Brasil mensagem de um leitor questionando por que deveria pagar pelo serviço da agência se ele poderia extrair os textos da internet. A resposta é muito simples: é ilegal. É o mesmo que copiar um CD de música ou um livro. Esse leitor me disse que há no Brasil uma lei que determina que, se a fonte for citada, a matéria pode ser reproduzida. Ainda estou me informando sobre essa questão com advogados. Tenho dúvidas de que seja tão simples...

Quanto às fontes, vocês devem ter aprendido que o trabalho básico do jornalista é contrastá-las, não podemos nos contentar somente com uma. Na prática nem sempre isso é possível, depende das matérias. No caso dos escândalos de corrupção, nunca teria confiança em uma única fonte, até por saber que há muita manipulação política. Imagine uma negociação entre empresas: pode ser que a notícia seja verdadeira, mas é possível também que seja uma tentativa de fazer com que as ações subam de preço no mercado.

Sobre a cobertura do Brasil em relação à Espanha, não me lembro de ter visto aqui, desde que cheguei, matérias sobre o país. Mas ao mesmo tempo creio que isso é normal. Aqui é como em outros países: o foco da cobertura internacional está primeiro no Oriente Médio (as tensões no Iraque), Coréia do Norte (pelo problema nuclear) e sobretudo nos Estados Unidos. É assim na Espanha, na França e em qualquer outro país da América Latina. O peso dos Estados Unidos é muito grande e ocupa mais espaço, principalmente onde há conflitos graves, como é o caso do Iraque.

A imagem do Brasil no exterior não é tão ruim como a maioria das pessoas pensa. Acho que o Brasil teve muitos avanços nos últimos 10 anos: o peso político do Brasil no cenário internacional é muito maior agora do que antes. Quando a mídia fala sobre negociações da Organização Mundial do Comércio e de países emergentes, o Brasil sempre é citado. Talvez a mídia não fale somente a respeito do Brasil ou da notícia nacional que seja importante para o país, mas falamos sobre o Brasil.

Mas isso tudo coexiste com a idéia do estereótipo. Morei durante oito anos dos Estados Unidos e, além das eleições, havia uma ocasião em que a Espanha sempre era citada no *The New York Times*: durante uma festa na pequena cidade espanhola de Buñol, que consiste em jogar tomates uns contra os outros. É muito triste que o jornal só fale da Espanha por causa dessa festa. Não é o caso do Brasil. Há o carnaval, mas há outras informações, sobretudo econômicas e culturais. O cinema brasileiro tem feito obras boas nos últimos anos. Nos Estados Unidos vemos algumas notícias sobre o cinema brasileiro. Talvez seja pouco, mas é muito mais do que sobre outros países e devemos levar em consideração ao analisarmos a mídia em geral que eles falam muito pouco sobre a América do Sul. Devemos também considerar as informações econômicas, o projeto do uso de biodiesel, da cana-de-açúcar, os investimentos... Mesmo com a discordância entre os Estados Unidos e o Brasil com relação às patentes, pelo menos se fala da posição do Brasil como um país forte, o que não acontece com muitos países em desenvolvimento.

Krzysztof Gluchowski - The Polish News

Vocês jovens que nasceram na era dos computadores e celulares provavelmente não se dão conta da enorme revolução que ocorreu nos últimos anos na vida de todos e, quiçá, na vida dos correspondentes estrangeiros ainda mais. Sou engenheiro e quando me aposentei tinha que fazer alguma coisa para não enferrujar. Na Inglaterra havia uma grande comunidade polonesa formada no pós-guerra e lá me encorajaram a escrever. No início eram memórias, mas depois houve o interesse, comecei a escrever e a ter meu trabalho publicado.

Não se esqueçam que sempre vale a pena conhecer a história. Os brasileiros têm um problema: para vocês o ontem já é passado, o amanhã se arruma; vamos viver o hoje. Vale a pena também olhar a história brasileira, que é muito interessante. Quando cheguei aqui escrevi uma série de artigos sobre História do Brasil e como sou polonês estou atento à participação dos poloneses no desenvolvimento do país. Depois de 1932, quando houve um levante na Polônia, engenheiros, muitos deles do exército polonês, vieram para o Brasil. Posteriormente veio uma enorme imigração campesina para os estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul em maior número. Por isso tenho interesse em passar informações daqui para os poloneses na Inglaterra. Também escrevo para um jornal similar em Nova York, onde há outra grande comunidade polonesa. Como somos todos imigrantes, estamos interessados no que acontece em outros países. Por isso eles lêem o que escrevo sobre o Brasil.

Naturalmente tenho que escrever sobre carnaval, que é um exemplo

fantástico de como os brasileiros podem organizar e executar um exercício enorme de logística. Imaginem 70 mil pessoas desfilando durante três dias e tudo funcionando com cronômetro. Uma vez comentei isso com um general brasileiro e ele me disse: “Graças a Deus que o Exército não organiza isso porque nunca daria certo”...

Vou contar algumas experiências do passado para que vocês possam entender a enormidade das mudanças ocorridas nos últimos anos. Falo dos correspondentes dos jornais. As agências concentram-se nas notícias duras e rápidas e o correspondente de um jornal não compete com elas. Este deve sentar-se e tranquilamente pensar no que acontece aqui e porque as notícias devem ser interpretadas, já que são destinadas a um público que não tem muito conhecimento do país. O objetivo de um correspondente é sempre interpretar o país onde está. Há três tipos de correspondentes de jornais: aquele é enviado por um jornal (espécie um pouco ameaçada atualmente); o correspondente que reside no país e desenvolve uma ligação permanente com um jornal estrangeiro e os *freelancers*, que escrevem para jornais variados e não têm ligação permanente de trabalho.

Antes, quando um jornalista era escolhido para ser correspondente de jornal (é bom lembrar que os escolhidos pelas grandes corporações geralmente são profissionais de confiança e muito capazes), ele passava por um curso de imersão no idioma do país. Ao chegar a esse país, o repórter enfrentava problemas enormes porque três semanas não dão profundidade em qualquer língua. E quais eram as formas de comunicação há 15 anos? O telefone no Brasil era um desastre na época. Havia ainda o telex, que também apresentava problemas, e a via postal. Tudo isso implicava em custos. Além de estar longe da sua terra, o jornalista tinha dificuldades de comunicação rápida. Com a invenção do computador, da internet, da banda larga, dos laptops, palmtops, dos celulares com câmeras digitais etc. tudo mudou. As velhas máquinas de escrever e as câmeras fotográficas que usavam filmes foram descartadas. O mundo ficou pequeno.

Hoje envio os meus textos de forma que só precisem de ajustes nas colunas e sejam acompanhados de fotografias digitais. Teoricamente é possível, com um laptop, compor toda a página de um jornal e enviar pela internet diretamente para a máquina que imprime a versão final. Mas por razões de controle editoriais isto não é prático, mas é possível.

Agora qualquer pessoa pode ter uma câmera digital. As melhores fotografias em valor de notícia sobre os atentados com bombas ocorridos em julho de 2005 em Londres (nos quais os alvos foram quatro linhas de trens e um ônibus) foram feitas por cidadãos comuns com celulares equipados com câmera. A resolução era ruim, mas as fotografias eram notícia e foram publicadas por jornais de todo o mundo. É uma diferença básica se comparada à situação de 15 anos atrás. Isso afeta o correspondente, que antes detinha o monopólio para a produção de notícias confiáveis aos olhos do jornal. Atualmente, pela internet, é possível ter boa noção do que acontece no mundo. Um correspondente que há 15 anos tinha um certo *status*, nos dias atuais já

não desfruta do mesmo prestígio, pois não é mais tão necessário como antes. O correspondente se tornou uma espécie ameaçada.

Quanto às matérias sobre violência no Rio de Janeiro, posso dizer que é muito difícil hoje em dia entrar nas favelas porque é necessária a permissão dos bandidos. Moro em Copacabana e é comum ouvir barulhos de metralhadoras e granadas. Então como podemos escrever sobre isso? Buscando opiniões de brasileiros sobre o assunto, o que permite conseguir muita informação sobre a visão que o cidadão tem a respeito do problema de drogas e da insegurança em geral. As fontes nas favelas não são necessariamente únicas.

A cobertura que a mídia brasileira faz da Polônia é muito fraca. Trata-se da velha questão do interesse dos leitores. É muito mais importante saber o que acontece na vizinhança do que do outro lado do mundo, especialmente quando isso não afeta o país. Vou dar um exemplo: no consulado na Polônia foram organizados dois eventos, ambos em lugares que consideramos de grande prestígio. Um foi sobre a literatura polonesa na Academia Brasileira de Letras (ABL) – instituição que teve importante papel nos tempos de guerra, quando havia muitos refugiados intelectuais poloneses no Brasil. Um deles foi convidado pela ABL e deu uma palestra sobre literatura polonesa no período entre as guerras. Pensamos que era uma boa idéia realizar um seminário de continuação. Havia também uma exposição de livros em língua portuguesa publicados no Brasil sobre a Polônia e os descendentes de poloneses. Mas o evento rendeu poucas linhas de cobertura na imprensa brasileira.

Situação parecida ocorreu com outro evento no Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro que, com o apoio do consulado, fez uma exposição sobre o Levante de Varsóvia. Na época foi publicado o livro *O levante de 44: a batalha por Varsóvia*, do historiador inglês Norman Davies, e decidimos fazer uma exposição a respeito do tema. A cobertura sobre o evento também rendeu pouquíssimas linhas na imprensa. São duas instituições culturais de primeira linha no Brasil e a cobertura da mídia não correspondeu. Não era um assunto comercial, era somente cultura. Preparei material sobre a exposição e quando as pessoas manifestam interesse em saber um pouco mais sobre o assunto estou à disposição. O meu foco é mostrar a cobertura em condições extremas para os repórteres em uma das piores batalhas da Segunda Guerra Mundial. E esse trabalho só foi possível porque havia correspondentes e fotógrafos. Hoje sabemos mais sobre a história graças a esses profissionais.

Comparative Analysis of Information Society Discourse and Public Policy Responses in the United States and Brazil

Joseph Straubhaar

Amon G. Carter Sr. Centennial Professor of Communications no Departamento de Rádio, TV e Cinema da Universidade do Texas em Austin. Professor visitante do Institut for Informations- og Medievidenskab, da Universidade Aarhus, na Dinamarca. Pesquisador na área de televisão, cultura de mídia e tecnologia, é autor de vários livros – dos quais o mais recente é *World Television: from Global to Local* (London, Sage, 2007).

Jeremiah Spence

Aluno de doutorado na Universidade do Texas em Austin, onde desenvolve trabalho sobre movimentos de inclusão digital nos Estados Unidos e no Brasil. Possui especialização em Teoria da Comunicação Internacional e Políticas de Comunicação.

Karen Gustoffsen, Maria Rios, Fabio Ferreira, and Vanessa Higgins

Alunos e ex-alunos da Universidade do Texas em Austin.

Resumo

Nos últimos anos verifica-se uma divergência gradual no discurso sobre a sociedade da informação adotado pelos Estados Unidos e por outros países. Essa divergência está presente, por exemplo, nos diferentes resultados dos discursos no Brasil e nos Estados Unidos. Os Estados Unidos implementaram discurso, formas de financiamento e programas voltados para o acesso e atrelados às políticas de treinamento focadas na competência profissional. O Brasil desenvolveu um discurso mais complexo sobre o lugar da inclusão digital no contexto da inclusão social, com debates relativos a competências profissionais, cidadania e necessidade de investimento na educação básica. No Brasil e nos Estados Unidos, os discursos e as respostas são diferentes em vários aspectos centrais, o que inclui o foco sobre raça e saúde.

Palavras-chaves: sociedade da informação; inclusão digital; Brasil, Estados Unidos

Abstract

Over the last several years there has been a gradual divergence between the discourse involving information society in the United States and outside the United States. This divergence can be well illustrated in the context of the contrasting discourse developments in Brazil and the United States. The United States developed a discourse, funding and programs geared towards access, secondarily geared towards training with a clear focus on job skills. Brazil developed a more complex discourse about where digital inclusion fits within social inclusion, discussing job skills, citizenship, and a need for bolstering basic education. Brazil and US discourse and responses differed in several key aspects, including: the relative focus on race and health.

Keywords: *information society; digital inclusion; Brazil, the United States*

Over the last several years there has been a gradual divergence between the discourse involving information society in the United States and outside the United States. This divergence can be well illustrated in the context of the contrasting discourse developments in Brazil and the United States. The United States focused this discussion on the potential economic stratification of society and the exclusion of the poor and minorities from an advanced information society.

The Brazilian discussion can be divided into two major waves. The first wave of the Brazilian discourse tended to prioritize creating an information society and preventing Brazilian society's potential exclusion from the global information society, through structured public policy responses, subsequent public sector technology and public infrastructure responses. The second wave of discourse development in Brazil, which parallels that of European and United Nations organizations, places both information society and digital divide discourses within the context of "social inclusion" (in Portuguese: *inclusão social*), which centralized responses around expanding the role of disadvantaged populations in the larger society.

The United States developed a discourse, funding and programs geared towards access, secondarily geared towards training with a clear focus on job skills. Brazil developed a more complex discourse about where digital inclusion fits within social inclusion, discussing job skills, citizenship, and a need for bolstering basic education. Brazil and US discourse and responses differed in several key aspects, including: the relative focus on race and health.

Information Society

The concept of a change from advanced industrial society to an information society has occupied both scholarship and policy in a number of countries since the 1980s. The principal claim, according to Daniel Bell and others, was the driving force of advanced societies like the United States was changing from industry to information. A more recent debate posits that the real change is toward societies focused on the creation of information, culture and other advanced digital products and services.

A major part of the evidence offered for this idea was that job creation and employment were shifting away from industry toward information, education, culture and creativity (Bell 1983; Porat, 1977). This focused attention of scholars and policy makers on the need for a more educated workforce with both access to and skills required for using advanced information technologies like computers and the internet. In the United States, this led policy-makers like Robert Reich (1992) to focus on the need to retrain and reorient the U.S. population so it would be competitive in a global economy where industrial jobs increasingly shifted toward lower wage economies elsewhere. Under Reich's influence, stemming from these kinds of analyses and policy implications, the Clinton government (1992-2000) began to examine the extent of the digital divide in a series of surveys published as "Falling through the Net," (see below) and prioritized a set of programs by different agencies to begin to expand access and training for computers and the internet.

The issue of the implications for developing countries of the lack of communications infrastructure preceded the information society debate, *per se*. UNESCO debates, originally culminating in the MacBride Report (1980) examined the problems created for many countries by not having access to news media, television, etc. The World Bank, International Telecommunication Union and U.N. Development Program (UNDP) also began to examine the impacts at both individual and societal or economy-wide levels of not having access to telephones, starting in the 1980s. The internet was added as a concern in the late 1990s.

Analysis of the impacts of inadequate infrastructure and access to ICTs was greatly popularized by the work of Manuel Castells (2000). He showed that some regions, such as Africa, were in danger of being excluded from world economic growth because major firms felt they could not do business there for lack of ICT infrastructure. Such concerns grew in a variety of countries, such as Chile, which asked Castells to do a report on the country. Coupled with meetings by business leaders at the Davos Summits, which endorsed the identification of the digital divide as a serious global issue, this sort of intellectual and policy momentum lead eventually to the two World Summits on the Information Society, which initially focused on the global level digital divide.

However, as this chapter proposes to examine, there also began to be very large differences between the way digital divides and digital inclusion as a policy response were framed. As will be noted below, the USA tended to remain focused primarily on questions of access to ICTs, which seemed to improve by 2000, leading the Bush Administration to declare problem solved. The USA focused secondarily on training related to ICT skills for work and the particularly problems of getting broadband to remote rural areas, which remained a program area with some financial commitment for the Bush Administration. However, as will be shown below, other groups and nations, such as Brazil, began to frame the question of digital inclusion within a larger framework of social inclusion.

This chapter avoids the theoretical controversies of the relationship between information society and the development of capitalist society (Bell 1983, Castells 2000, Toffler 1980, Robins and Webster 2004), but instead focuses on the intersections and contrasts between the cases of the development of the information society and social inclusion discourses in the United States and Brazil.

The case of Brazil

The conceptual linkage between social inclusion and the information society discourse, with specific focus on the digital divide and digital inclusion, as evidenced in the public policy directives and resulting initiatives began as early as the late 1990s under the administration of Brazilian president Fernando Henrique Cardoso (1994-2000). The Cardoso government continued the efforts and momentum toward making information technology more widely available that was initiated in 1989 with the creation of the National Research Network(1) (RNP) and the introduction of the internet in Brazil, by supporting

exploratory research and working groups to diagnose and implement digital inclusion strategies.

In 1997, The Information Society Working Group was charged with determining what would be necessary for the implementation of a Brazilian Information Society by means of updating Internet infrastructure networks and providing a national plan for the coordination and dissemination of advanced informatics and the extension of these to Brazilian citizenry. The resulting document, the *Livro Verde* (Green Book) (Takahashi, 2000), coordinated under the auspices of 150 academics, government officials and working groups, information technology professionals and members of civil society, envisioned a program based on global market competitiveness and social outreach. The objective of the Information Society Program as stated in the *Livro Verde* is to “integrate, coordinate and provide actions for the utilization of technologies of information and communication of form to contribute for social inclusion of all Brazilians in the new society and, at the same time, contribute so that the economy have conditions to compete in the world market.” (Takahashi, 2000, pg 10.)

Responsible for the financing (3.4 billion reais from private sector and national treasury and regional governments) and execution of the program would be a partnership among government, the private sector and civil society and these entities would in partnership address the following working categories: The Market, Work and Opportunities, Universalization of Services for Citizenship, Education in the Information society, Content and Cultural Identity, Government available to all, Research and Development, Technology Keys and Applications (Takahashi, 2000, pg 10).

Shifting Governmental Policies

In 2000, Cardoso mandated in the Presidential Decree of April 3, 2000, that created an inter-ministerial exploratory working group to “propose policies, directives and norms (normas) related to the new forms of electronic interaction.” This collaboration, formalized by the Portaria da Casa Civil nº 23 de 12 de maio de 2000, became The Working Group in Technology and Information (GTTI), which shared goals with the Ministry of Science’s Science and Technology’s Information Society Program, decided to concentrate efforts in the following three areas Universal Service (for telephony and internet), making government accessible to every citizen and establishing advanced infrastructure within the governmental agencies for telecommunications and internet. In October of 2000 a second decree mandated the establishment of The Executive Committee for Electronic Government (CEGE) which paved the way for the e-government initiatives, the current hallmark for digital inclusion policy of which notions of citizenship are a significant underpinning.

The Green Book (*Livro Verde*) was an attempt to provide solid guidelines to construct the Information Society in Brazil. It received the input from professionals from diverse areas, professors, business people, and civil society,

as an attempt to identify the country's main weaknesses and strengths in several areas. Six areas were identified as critical:

- Science and technology – specifically, dissemination of scientific information and technology;
- Education – focusing on distance learning and digital libraries;
- Culture – preservation of local identities and use of ICTs to publicize them;
- Health – use of telemedicine and health care information;
- E-commerce – guarantee of a safe interface for e-commerce;
- Education for the information society – technology education and fostering of the digital culture.

The Green Book provided key guidelines for the formation of a macro-level public policy initiative that was to serve a pivotal role in the development of a governing structure responsible for developing specific responses to Brazil's needs related to information society.

Despite the foresight and guidance provided in the Green Book, the most efficient means for deployment of the internet and benefits of the information society to the population remains controversial with an on-going examination of the role of both the national telecommunication regulatory authority (Anatel) and the nation's private telecommunications providers. A deregulation of the telecommunications sector increased the number of providers and lowered the cost of access, which has been falling (1998). There was an increase in free internet services; although there are some discussions surrounding the quality of service by those providers, which is often considered low. There have been efforts at telecommunications tariff reform to reduce per minute connection costs. There has also been a huge increase in public access telecenters across the country, funded by federal, state and local governments. The governments have been collecting telecommunications taxes for a universal service fund (FUST), see below.

The Brazilian government has continued to provide leadership in this area and has frequently partnered with private entities to develop initiatives such as the "computer for everyone" program where the government subsidizes low or no interest loans to purchase a computer or laptop for middle and low income families.

These initiatives began under the Cardoso government, but have accelerated since under the auspices of the Luis Inácio "Lula" da Silva government of the Workers' Party (Partido dos Trabalhadores-PT) who supported a reworked model of corporatist or syndicalist socialism. At this point Lula's administration made a very important implementation toward social/digital issues by implementing the Universalization of Telecommunications Service, (FUST). A major principle was the democratization of the internet access.

The Fund for Universalization of Telecommunications Services (FUST)

As an important movement toward social/digital inclusion was the Fund for the Universalization of Telecommunications Services(2), FUST. It was proposed initially by the Worker's Party in 1997 and enacted through Law no. 9.998 on 17 August 2000 with the stated objectives of bringing telecommunications services to areas where it is not cost effective to outlay services normally. By FUST requirements, all telecommunications companies were obligated to give one percent of their revenues to the fund, which was overseen by Anatel.

After a prolonged legal battle involving Anatel and the major telecommunication companies in Brazil and a subsequent investigation by the *Tribunal de Contas da União* (TUC – the federal audit and oversight body affiliated with the legislative branch of the government), it was established that by 2005 approximately 3.6 billion *reais* had been accumulated in fees from the telecommunications providers. Additionally, the TUC investigation found that Anatel had yet to establish any guidelines on how the accumulated resources should be distributed in order to make progress towards the objective of providing universal service. The TUC declared that Anatel had 180 days to develop and deliver a plan with clear guidelines on how the resources from FUST were to be distributed. Since 2005, the rate of planning and implementation of FUST funded initiatives has increased exponentially with funds going towards: telecenters, telecommunications infrastructure, technology for the deaf and hard of hearing, and a variety of other projects.

The Brazilian Telecenter Movement

Telecenters for social development has been a widely adopted model in Brazil and is frequently framed as a “community connectivity initiative” that establishes connectivity to populations who are economically or geographically (as in the case of rural populations) incapable of acquiring ICT access individually (Boas et al, 2005, p.106). Telecenters generically are public spaces established in a rural or urban community that offer internet connectivity at no charge to the local community. (Seabra 2007; Spence 2007) Some telecenters and related community centers offer complimentary services that include providing digital literacy and/or employment training, space for community meetings, e-government services and other digital or informational services. Because telecenters are designed to provide shared, community connectivity experiences, they present, in theory, a viable solution to both social and economic development issues.

For this reason, global, international organizations and development banks such as USAID (Unites States Agency for International Development), ITU (International Telecommunications Union), the World Bank, and UNESCO have been highly influential in the promotion, policy formation and financial support of telecenter formation, development and sustainability in countries of the developing south. The ITU (2006) states that “access to information and knowledge is a prerequisite to achieving the Millennium Development Goals

(MDGs), and has the capacity to improve living standards for millions of people around the world,” which has been instrumental in establishing, concretizing and democratizing global ICT policy (ITU 2006, p. 1).

According to a 2006 declaration by the Brazilian Ministry of Development, Industry and External Commerce (p. 58), “telecenters offer access to information [...] and open a world knowledge and opportunity to the thousands of citizens who still do not possess the means to acquire a personal computer or access to the internet in their homes”.

One example of a rapidly expanding telecenter project in Brazil is the São Paulo municipal e-government program, where telecenters have become the chosen medium with which to combat digital exclusion among the city’s low income population. In 2003, according to an article put out by Beatriz Tibiriça, at the time general coordinator of São Paulo’s e-government program, of the city’s 10.5 million inhabitants, 1.8 million, about 17% percent of the population used the internet (cited in Lacerda, 2004). Closing the access gap among the least advantaged 87% percent was the primary concern.

The São Paulo Telecenter program has one fundamental principle - digital inclusion that aligns with concepts of citizenship and participation, which are both fomented by and are dependent upon the state. The state, defined in this case as the municipal government, bears the onus for the project’s sustainability because it is viewed as the only entity that can address digital inclusion as a public policy in the most efficient manner possible through the development of partnerships with both non-profit and private groups in the area where the telecenters are to be established.

In order to guarantee the lowest overall project costs and to veer the project away from the market fluctuation involved in the private sector, the telecenters must be sustained, from the municipal government’s perspective, by a democratic government that treats digital inclusion as public policy and social inclusion initiative that benefits the under-served in particular. Telecenter sites are selected based on areas that with the highest degree of “social exclusion” as defined and measured by the Human Development Indicator (IDH). Initially, spaces selected to house “direct telecenters” were already owned by the city and were constructed in partnership with private businesses (Governo Electronico pamphlet; Delgadillo, p. 33). However, the availability of such spaces was limited and the municipal government was faced with the possibility of bearing the brunt of having to secure funding partnerships with private corporations in order to expand the network.

In response to these challenges, a second, more viable and civil society oriented telecenter arrangement emerged, and the city began to solicit relationships among São Paulo’s civil society organizations. As a result numerous “partnership telecenters” where the expenses were shared with the hosting organization were established. The partnering organization were responsible for all financial matters and up-keep related to the physical space, while the municipality maintained responsibility for providing the

equipment, installation, proctor training and digital literacy instruction, in essence, everything pertaining to access and connectivity. Each month, the partnership telecenter received 1,000 reais (approximately US\$500) from the municipal government to subsidize maintenance costs.

The city, partnered with RITS (Information Network for the Third Sector), a Latin American NGO, who provided proctors and technical training for employees selected from the community in which the telecenter was housed (Barbosa, 2003, p. 84), and the European Union donated 100 million euros in 2003 to support the expansion of digital literacy for telecenter users (“União Européia,” 2003).

Telecenter Administration

The Electronic Government division of the Department of Communication and Social Information manages the telecenter program by creating teams to address the following areas: “maintenance and support, proctor training, software distribution and providing resources and infra-structure” (Barboza, 2003. p.85). Ten regional managers are appointed to supervise the facilities and to establish “contact with other regional municipal departments at the sub-prefecture level” (Barboza, 2003. p. 85). Each telecenter has, in addition to the proctors, is provided with technical support.

Each telecenter’s administration depends on community involvement. Each unit must have an administrative council made of community users. The administrative council is chosen from the initial plenary meeting early in the formation of the telecenter and the partnering civil society organization and participating members of the community present a plan to the city that will outline how the center operations and maintenance. Subsequently, a second plenary meeting is held to elect the volunteer administrative council that will serve as the “eyes and ears” of that particular telecenter community. (Somos Telecentros CD-Rom). The administrative council will undertake whatever action required to evaluate the services provided, provide feedback to the city, and initiating services deemed necessary to ensure facilities proper functioning.

The Telecenter Facilities and Offerings

Telecenters contain between ten and twenty networked computers with broadband connections. All services offered to users are free of charge, but each must register to use the facilities, which are open from 9a.m. to 6p.m., Monday through Saturday. The majority of the computers are reserved for digital inclusion courses lasting two hours each. Topics included but are not limited to the following: introduction to the internet, how to create blogs and webpages, graphic design and animation, word processing, spread sheets and even programming. Patrons must reserve computers for personal use ahead of time and are allowed 30 minutes per reservation. Users 7 years of age and older may be allowed access for personal use. Anyone 10 years and older may sign up to take any of the computer literacy courses and upon completion, participants earn merit certificates.

In order to cut costs and in the spirit of democracy, GNU/LINUX Debian open source operating systems. Software used are Gnome, Open Writer, OpenCalc and Galeon which are graphic interface, word processor, spread sheet and Web navigation applications respectively. Using open source software is extremely cost effective as it eliminates licensing fees. Furth and he additional strategy of using /thin-client servers rather than “machine parks,” dramatically reduces costs when compared to proprietary software. Thin client refers to “A network computer without a hard disk drive, which, in client/server applications, is designed to be especially small so that the bulk of the data processing occurs on the server” (National Center for Education Statistics, n.d.). According to Beatriz Tibiriça, general coordinator of the municipal e-government program, in order to install proprietary softwares for 80 telecenters, it would cost 5 million dollars per server, totaling 400 million dollars. The thin-client server allows a savings of \$4.2 million in licensing fees for 80 telecenters with 20 computers each, not mentioning an additional \$370 million savings in components. Using open source software in addition to thin-client architecture, therefore, saves \$5 million. (Delgadillo, 2003, p.35)

The case of the United States

The United States has a first mover advantage when the idea of information society is considered because the infrastructure that is the basis for the so called network society was developed in this country, the internet and computers networks in general, among them. The idea of an Information Society, however in the US is a little bit different from what we can find in Brazil, which the deficiencies in terms of infrastructure and huge social inequalities prompt pro citizenship (in this case an approach more close to Europeans concept of the Information Society) and overcoming digital/social divides. In the US the term Information Society as appealing as cyberspace would be, and the tendency is to focus on a more pro market and pro business solutions rather than a government federal direct action.

In fact the idea of and Information Society in the US have its origins during the Clinton administration and the biggest promoter of this idea was the vice-president Al Gore. Gore was the “father” of the idea of an Information Superhighway in the United States and according to his vision providing the country with advanced information and communication infrastructure was essential for the coming of a new era for commerce, education and governance and would help maintain the leadership of America in a world of change. It is interesting that the idea of an Information Superhighway is essentially focused on technology itself.

The debate over the digital divide in the U.S. can be broadly separated into two groups—the advocates, or those supporting the idea of the digital divide as a pressing social issue, and the contrarians, those who deny the existence, or at least the importance, of information and communication technology (ICT) access as a national issue. However, neither of these perspectives should be seen as monolithic. As a national social and political issue, the digital

divide is largely the product of the Clinton administration, which initially publicized the divide in terms of connectivity with the National Information Infrastructure (NII). With the support of the Administration, the NTIA under the Department of Commerce performed increasingly sophisticated studies on ICT access and usage.

While these studies have become more and more finely-grained, looking at issues of online behavior and attending to previously neglected groups, such as disabled internet users, the policy rhetoric surrounding the digital divide issue has shifted over time, increasingly assuming that the natural process of technology diffusion will adequately address any remaining inequalities. This increasing reliance on diffusion theory tends to blame those without access, so that people who have not adopted internet technologies are seen as voluntarily opting out. This discursive shift is evident in the reports generated by the NTIA, as well as in other policy discourse. Early NTIA analyses stress the dangers of an increasingly stratified society, divided by inequalities in access, situating the divide as an issue requiring active national policy. Later reports, however, reflect the ascendancy of contrarian rhetoric, articulating the digital divide as an issue to be addressed through market logic and natural diffusion.

Early Articulations of the Divide

The digital divide is a term that was popularized in the 1990s, as personal computing and then Internet use became more common among the upper and middle classes in the U.S. This was not the first articulation of a gap in information resources. Before digital technologies became common in the home and workplace, there were already concerns over information have and have-nots on both national and global levels.

One initiative that grew out of this concern with information technology was the National Information Infrastructure (NII), a plan for a public-private partnership to develop an information superhighway to benefit all Americans. Initially presented by Vice President Al Gore and Secretary of Commerce Ron Brown in 1993, the plan for the NII dealt primarily with private sector IT development, but emerged from a larger context of growing concern over the increased stratification and economic inefficiencies that could accompany technology diffusion. Because of this danger, policy discourse surrounding the NII assumed that the federal government would be actively involved in promoting public access, to ensure more even diffusion of technology access and services. Clinton Administration Secretary of Labor Robert Reich emphasized a focus on citizens, rather than corporations, in the development of a new information economy, criticizing the Reagan and Bush Administrations: “Policymakers have failed to understand that a nation’s real technological assets are the capacities of its citizens to solve the complex problems of the future—which depend, in turn, on their experience in solving today’s and yesterday’s” (1991, 162).

Reich suggests that while in previous decades the health of the American economy could be linked directly to the success of American-owned

corporations, by the 1980s, American citizens were no longer benefiting from government-subsidized technology advances. “[S]ubsidies now given to American corporations to develop new technologies have less and less bearing on what Americans learn to do” (159). Rather than focusing only on private enterprise, the US government must invest in the education of workers, helping them become technologically sophisticated and discouraging the development of an income gap.

Like information society theorist Manuel Castells, Reich finds that the adoption of emerging information technology can lead to increasing economic stratification, so that the wealthier classes benefit while the real wages of the working classes fall, due to lack of training and the tendency of American corporations to outsource labor to cheaper markets overseas (1997). Whereas Castells tends to define national wellbeing according to the success of the country’s businesses on the global market, however, Reich focuses on the skills of the individual American. The national economic health is dependent not just upon the performance of corporations in the emerging “symbolic-analytic” fields, but upon the resources of the individual worker, who must be educated to successfully participate in the economy. The rhetoric is visible in discussions of the NII, a plan for the government to collaborate with private enterprise to improve national information networks and strengthen the economy while guarding against the creation of greater economic stratification.

Shortly after the announcement of the NII’s Agenda for Action in 1993, Vice President Gore outlined the core principles of the plan. These included the encouragement of private investment, the promotion of competition, and the development of a flexible regulatory framework able to adapt to the continuously changing environment of high technology. But while the NII plan strongly emphasized the nurturing of private industry, it also acknowledged the need for universal service and open access. Warning of “electronic redlining,” Gore stated “If we allow the information superhighway to bypass the less fortunate sectors of our society - even for an interim period -- we will find that the information rich will get richer while the information poor get poorer with no guarantee that everyone will be on the network at some future date” (1993). The provision of universal service is positioned as a necessity for the success of the NII and a needed protection against the dangers of unequal technology diffusion.

Deregulated markets and competition are encouraged, but the market is not adequate to ensure the diffusion of new information technologies. The nation “cannot relax restrictions from legislation and judicial decisions without strong commitments and safeguards that there will be a “public right of way” on the information highway” (Gore, 1993). Protecting the interests of the public sector was articulated as a key factor in the development of the NII, including the connection of all classrooms, libraries, hospitals, and clinics to the national network by 2000--a frequently-cited goal of the Clinton Administration (NII White Paper).

The NII called for the NTIA to perform annual studies of the availability of advanced telecommunication services. This resulted in a series of NTIA

reports produced under the Department of Commerce. These focused on the measurement of a digital divide developing along multiple axes including income, race, gender, geography, and education. Early articulations of the digital divide concentrate primarily on gaps in computer access and ownership. In the NTIA's first major report, "Falling Through the Net: A Survey of the 'Have-Nots' in Rural and Urban America," internet access was not yet considered a vital issue—instead, this first report of the NTIA series looks at phone and computer penetration across America, drawing upon data from the Current Population Survey of the Census Bureau.

The NTIA's "Falling Through the Net" report describes a variety of gaps in ICT access, from basic telephone service to personal computing. Although the study also looks at the number of households with a computer modem, internet access became a more central focus in later NTIA studies. The report enumerates vital factors affecting Americans' phone and computer access, finding that the least connected included poor and young households in rural areas and in central cities, elderly residents, and those with the least education, especially in central cities. This emphasis on central cities, decaying areas of high urban concentration, recalls Manuel Castells' discussion of network and capital flows and the potential for increased stratification along geographic and economic lines. While network nodes are often geographically situated near urban areas, infrastructure often skips depressed economic areas in the inner cities, leaving them to languish, marginalized and outside the flows of capital and power – another example of the uneven diffusion of technology and its economic benefits (Castells, *The End of the Millennium*, 2001).

In conclusion, the initial NTIA report calls for more finely-grained research on ICT users, so that "carefully targeted support programs can be implemented that will assure the high probability that those who need assistance in connecting to the NII will be able to do so" ("Falling Through the Net," 1995). The study cites public schools, libraries, and other community access centers as likely sites for the promotion of connectivity, rejecting the assumption that diffusion and falling technology costs will naturally solve inequalities in access. Solutions to the information gaps are described in terms of "public safety nets," a phrase used by Gore in his description of the universal service component of the NII.

Echoing Reich, Department of Commerce Assistant Secretary Larry Irving, who was centrally involved in the production of these NTIA reports, framed the need for increased access and education in terms of national economic success. Citing 190,000 unfilled high-technology oriented US jobs in 1997, Irving suggests that access and education are critical to maintaining the nation's globally competitive status. "The demands of the new information economy are stretching our human resources. For instance, we simply do not have enough computer and technology-literate Americans to meet the needs of our nation's businesses" (Irving 1997). Like Reich, Irving notes the overseas outsourcing of technology jobs, framing this issue in terms of the need for access and training. Were Americans to become more skilled in the high

technology workplace, companies would have less need to outsource jobs to other countries with more tech-savvy workforces. Thus, the danger of unequal technology access continues to be framed as a matter of the nation's global economic power.

The next NTIA study, in 1998, helped popularize the term “digital divide,” and the third major report, “Falling Through the Net: Defining the Digital Divide,” released in 1999, described the divide as becoming a “racial ravine.” Although penetration rates of computers and the internet had risen across geographic regions and demographic groups, the data of the 1999 study suggested that certain gaps were growing, especially in terms of race and ethnic origin. While already connected groups, such as white, more educated households, were rapidly adopting computer and internet technologies, historically less well-connected groups, such as racial minorities, were more gradual in their adoption. Moreover, the NTIA found that this “racial ravine” was manifesting regardless of household income: “Even when holding income constant, there is still a yawning divide among different races and origins” (Falling Through the Net, 1999). At the same time, education and income, characteristics that also vary along racial lines, were also significant factors; because of this, the report suggests that minorities in the U.S. will face a greater digital divide in the future.

While the 1999 NTIA study found changes in access and usage patterns, it also reflected a discursive shift, focusing on the importance of ICT access in economic terms, and suggesting that “while these items [phone, computer and internet access] may not be necessary for survival, arguably in today's emerging digital economy they are necessary for success” (Falling Through the Net, 1999). Whereas earlier analyses focused more on a general goal of connectivity, this 1999 report frames this connectivity in terms of encouraging the national economy – Americans need ICT access for work and for consumption, such as e-commerce.

The report also cites pro-competitive policies as the reason behind the “surging use” of computers and the internet, implying that deregulation strategies, such as those embodied in the 1996 Telecommunication Act, are responsible for the gains in adoption. Although the study suggests that universal service policies for telephony must continue to be supported, the driving factor in ICT adoption is increasingly framed in terms of deregulated markets, rather than direct government intervention. “These findings suggest that further competition and price reductions will be vital to making information tools affordable for most Americans. Going forward, it will be important to promote policies that directly enhance competition among companies manufacturing computers and other internet devices, as well as among internet service providers”(Falling Through the Net, 1999).

Although pro-competitive policies are credited with the reported advances in penetration rates, the NTIA also addresses the need for community access centers (CACs), while arguing that the natural process of technological

diffusion is not enough to solve inequalities in access. While groups such as the Heritage Foundation were already arguing that advanced ICTs would diffuse to the American public, eventually transcending educational, racial, and economic boundaries, the 1999 NTIA report suggests that depending upon the market for diffusion is not a wise course of action. "Given the great advantages accruing to those who have access, it is not economically or socially prudent to idly await the day when most, if not all, homes can claim connectivity" (Falling Through the Net, 1999). Thus, this third report supports the rising climate of competition, but continues support for certain government interventions, such as the CAC, as a "short-term answer" to existing inequalities of access. Technology education and access are framed as gateways for Americans to find success in the workplace, and for the growth of business, which requires a knowledgeable workforce.

Referring to the gap between "haves" and "have-nots" as "one of the critical economic and civil rights issue of this decade," Assistant Secretary Irving expressed concern that many workers would be excluded from the emerging information economy, underscoring the continuing need for active policy (Irving, 1999).

As discourses of deregulation became more dominant and faith in market logic rose, however, this assumption of government involvement become less tenable; the Bush administration's later attempts to dismantle government programs addressing the digital divide are firmly situated within the rhetoric of market-led diffusion, frequently invoking reduced hardware prices as evidence against the need for continued government involvement in promoting public access.

Disputing the Divide

The last few years have been a turbulent period for federal programs designed to address the digital divide. A flurry of conflicting claims about this issue erupted in the months preceding the presidential election of 2000, including numerous denials by conservative policy groups such as the Heritage Foundation that a divide even existed. By the early months of 2002, the Bush administration was preparing to cut key programs designed to address digital divide inequalities, including the Technology Opportunities Program (TOP) of the Commerce Department. The administration justified these actions by strategically interpreting new reports on information technology gaps, such as the National Telecommunications and Information Administration's (NTIA) report, "A Nation Online," released in February 2002. It is also important to contextualize the Bush administration's actions within the larger atmosphere of deregulation and the growing assumptions that the free market and natural processes of diffusion would ameliorate any residual inequalities in technology and information access.

Discourses disputing the digital divide were already dramatically building during the months leading up to the 2000 presidential election. Contrarian discourses generally put their trust in the logic of the free market, assuming

that the technologies in question will naturally diffuse to different segments of the population over time. Because of this faith in market-led diffusion, contrarians generally oppose direct government involvement—one of the classic targets is the government-mandated universal access cross-subsidy, which contrarians argue inhibits more players from entering the market (Compaine and Weinraub, 1997). An article distributed by the Heritage Foundation in February 2000 warns that federally-based programs will serve to further entrench bureaucratic government interests, an increasingly popular scapegoat for weaknesses in the U.S. economy (Thierer and VanHelmond, Heritage Foundation, 2000).

Another prominent argument against government intervention is that of technological advancements. Certain policy analysts argue that government-assisted adoption of ICTs will risk the institutionalization of soon-to-be archaic technologies. As Compaine has argued since the 1980s, “jumping in too fast can lock in a technology that soon would be superseded by a better one” (2001). Other concerns include the unnatural overloading of the information infrastructure, and the argument that those who are on the wrong side of the divide may have deliberately chosen to pass up access to these emerging ICTs. Finally, an increasingly prominent argument concerns the actual existence of a digital divide. Whereas contrarian positions during the 1990s often acknowledged that a divide existed, while arguing against government intervention, more recent contrarian discussions suggest that if any divide did exist, it has now been solved through pro-competitive policies and decreasing technology prices.

The internet and the computers that link to it are often framed as merely the next generation of mass media entertainment technologies; thus, there is no compelling public interest in addressing gaps in access and usage abilities. Recent ICTs are often compared with a variety of other technologies, especially the television, implying that internet and computer access will follow a diffusion process similar to that of the television. Adam Clayton Powell suggests that television was initially a rare technology, but spread rapidly without government involvement, arguing “there is no debate about the television-rich and television-poor in America today” (Powell, Reason, 2000).

Compaine uses similar reasoning, comparing the cost of internet access to the cost of other media. Tracing the decreasing real costs of black and white television from the early 1950s to 1980, he argues that internet access and computer technology will follow a similar pattern, eventually allowing for near-universal diffusion (Compaine, *The Digital Divide: Facing a Crisis or Creating a Myth?* 318). The Heritage Foundation, citing Thierer, supports this perspective, suggesting that because television penetration is now at 99% generally, and at 97% among poor households, there is no reason to give low income families tax credits or other incentives to invest in computer and internet technology. The market is situated in these arguments as a fair arbiter, one that will allow advanced communication technologies to trickle down through the strata of society, given time.

While television is a popular site of comparison in this paradigm, contrarians also point to other examples of technological diffusion, generally arguing that it is natural and perhaps even American that technologies diffuse unevenly. Thierer argues, “while it is true that the spread of the internet has not been perfectly uniform, there is nothing unusual or inherently unfair about the way services are being delivered” (“A ‘Digital Divide’ or a Digital Deluge of Opportunity?” February, 2000). The diffusion of new technologies to “Home Town America” has never been uniform, but disparities have always existed among different groups’ financial and geographical resources—this, however, “does not mean there is a national crisis that requires federal intervention” (Thierer, 2000). Instead, Thierer suggests that the federal government would do best to remove “burdensome regulations and taxes that inhibit the private sector,” allowing commercial enterprise to more efficiently serve the needs of the U.S. population.

These calls for further deregulation fit into a larger rubric of faith in the free market. Contrarians cite various ways that the private sector has already addressed the digital divide, such as through falling computer prices, free, advertising-supported internet services, and new internet appliances that cost much less than traditional computer systems. Commercial ventures are described as solving the digital divide through competition and natural pursuit of profit; at this point, decisions to not purchase a computer or get internet service are positioned as being voluntary, and based on the personal preferences of potential consumers. This conclusion is also significant because it frames non-adopters as individuals making independent decisions, rather than as members of traditionally underprivileged groups working within a larger structural framework. If a family chooses to purchase a television rather than a similarly-priced computer system, they are simply making a consumer’s choice.

There have been a variety of theoretical and empirical responses to the claims of digital divide contrarians. Hammond stresses the seriousness of gaps in access, arguing, as the networks and the equipment attached to them become the preferred mode of political participation, lifelong learning, employment and commerce, as well as personal expression, non-access and non-connection could become tantamount to “nonexistence” (Federal Communications Law Journal, 1997)

Lack of access to the internet is not only a matter of lacking access to entertainment and email, it is a matter of lacking possibility. Reich’s arguments from fifteen years ago continue to resonate, as technology access and education affect Americans’ potentials as participants in the economy. Recent research has demonstrated that inequalities occur not just in basic access, but in bandwidth quality and according to geographic location. Edwin Parker, studying the impact of the digital divide on rural America, theorizes the divide as applying to more than just basic access, specifically addressing the uneven spread of broadband services in urban and rural areas. Because private companies are reluctant to build out infrastructure to less-concentrated communities, Parker suggests rural areas are endangered economically: “[A]s

the global economy converts to a highly interconnected information-intensive economy, communities left off the new broad-band network will inevitably suffer economic decline” (Telecommunications Policy, May 2000). To address this issue, Parker suggests the removal of regulatory barriers, but also direct government involvement—if local government bodies act as “anchor tenants” for dedicated broadband networks, then these services can be shared, extending to the entire local rural community.

Jorge Schment and Scott Forbes similarly focus on local conditions, suggesting that future studies of gaps in ICT access must go beyond data at a national level to include state and county-specific information, accounting for the ways in which regions can differ in conditions, and thus producing more effective policy (The Information Society, 2000). Schment and Forbes also respond to certain assumptions made about the digital divide, specifically discussing the issue of fixed-cost technologies (TVs, PCs) versus technologies with monthly fees, such as phone and internet services. The authors argue that the gap in PC ownership is likely to eventually close, due to the rapid diffusion facilitated by fixed-cost commodities.

Because PCs and TVs are associated with a one-time-only cost, they can readily circulate in the second-hand markets, and even new, are more predictable as liabilities. Monthly fees, on the other hand, require choices to be made each month and are thus less willingly adopted by low-income consumers. Schment and Forbes are skeptical of the contrarian argument of eventual saturation, and supporting an expanded definition of universal services to include telephone, computer, and internet access in the home, suggesting that without this, gaps will persist. Lievrouw likewise acknowledges the importance of locally-oriented policy, suggesting that universal service may involve both the growth of individual capacity as well as institutional and system development. This notion of individual capacity refers to a user’s ability to actively use information technologies; if the user is unable to use these resources or feels that they are not relevant, then *availability* of internet technologies will never translate into *accessibility*.

Pippa Norris phrases this in terms of *human capital*. Without investment in education, training, and lifelong learning, internet access cannot be meaningful (Norris, Digital Divide, 58-9). Norris also argues against the technological diffusion argument of the contrarians, referring to this as normalization theory, which predicts that among developed societies with competitive technological marketplaces, internet access will eventually reach over 90% of the populations. She contrasts this with Everett Rogers’ diffusion theory, which she finds suggests the continuation of social stratifications, as the adoption of new technologies reinforce existing economic advantages (Norris, 70-1). Contextualizing internet access within societies with existing economic stratifications, Norris suggests that social inequalities are too endemic to be adequately addressed by current policy strategies.

Recent Shifts in Discourse

During the last Presidential election, there was a significant rise in discourse on the divide. Clinton's budgetary and rhetorical focus on the digital divide was used by contrarians as evidence of the Clinton/Gore propensity for "big government," and intrusive federal intervention. Programs such as TOP, the Technology Opportunities Program, were cited as pork-barrelling strategies for the administration to funnel money to Silicon Valley supporters (Thierer and VanHelmond, February, 2000). Since the Bush administration has taken over, this shift towards criticism of the digital divide issue has further manifested in the most current NTIA report, as well as in a recent study by the Pew Foundation.

The fourth NTIA report, released just prior to the election in October 2000, breaks with the paradigm of the digital divide. Although the report retained the title "Falling Through the Net," its subtitle is "Toward Digital Inclusion," shifting the focus from gaps to gains. The study mentions the share of households with internet access "soaring," and emphasizes that over half of American households possess PCs. Despite acknowledging that gaps continue to exist, the rhetorical focus of the report shifts dramatically, claiming that "the rapid uptake of new technologies is occurring among most groups of Americans, regardless of income, education, race or ethnicity, location, age, or gender, suggesting that digital inclusion is a realizable goal" (NTIA, 2000, 15).

This description does not mention the growing gaps among racial groups, discussed farther along in the report (NTIA, 2000, 37). In February 2002, the NTIA released its most recent report, with a wholly new title – "A Nation Online: How Americans Are Expanding Their Use of the internet." Again, this report emphasizes the gains made in computer and internet use, suggesting that "more than half the nation is now online," a phrase that was quickly deployed by members of the Bush administration to propose the dismantling of Clinton-era digital divide programs. Similar to the contrarian discourse, this most recent report cites declining prices and increased competitions as primary reasons to expect further adoption among traditionally disadvantaged groups. Significantly, after this report was released Secretary of Commerce Donald Evans stated, "With the expansion of the internet and related technologies into all sectors of our society, the administration believes subsidies are no longer justified to prove the usefulness of such technologies" (Evans, cited in *The Boston Globe*, "President Shrugs at the Digital Divide" July 17, 2002).

While advocates such as the Benton Foundation continue to point out that gaps in internet access still exist despite overall increases in usage, the current rhetoric clearly reflects the prevailing political climate. As Robert Horwitz pointed out in *The Irony of Regulatory Reform*, communications policy shifts are not neutral but are fueled by political interests. While the contrarian discourses discussed here developed out of the deregulatory climate prevalent in the 1980s and 1990s, they did not fully take hold until the shift in Presidential administrations. It is informative to observe the way in which

this rhetorical strategies developed, eventually shaping national policy – will the discourse surrounding the divide shift stabilize in this contrarian position, or will it continue to change according to the political environment?

Comparisons between Brazil and the United States

In comparing the development of information society discourse and resulting responses, it is evident that the term “information society” is not as appealing in Brazil as it is in the U.S. The U.S. approach seems to be more technological determinist and business oriented, than the Brazilian approach, where discourse revolves around citizenship, local development, and social justice. Such difference is reflected in their regulatory frameworks, which in the U.S. is more pro-market, and in Brazil more centered in public intervention when needed, and public-private partnerships.

The U.S. advantage in infrastructure for the information society is evident, but Brazil is catching up and is undoubtedly the leading country in terms of number of ICT initiatives in South America. However, in terms of education, both nations’ programs seem to focus on e-literacy. In both countries, citizens are not regarded, and should not be prepared as, mere technology users, but as technology creators.

In regard to universal access the trend in Brazil is to consider internet access as a universal service matter, but practically to focus on the development of telecenters, although the FUST program is now beginning to use its large resources to explore other solutions as well. In the U.S., universal service efforts for the internet concentrate in the diffusion of broadband in public schools, libraries, and rural areas.

Finally the discourse surrounding the digital divide in Brazil reflects the country’s social exclusion and class divisions. Politicians, civil society, and businesses are unanimous in recognizing ICTs as tools that can minimize inequalities and enhance citizenship. In the U.S., the situation is diverse, and whenever the digital divide is accepted as a reality, it is generally linked to minority’s access, or to a rural/urban divide, but never to class issues.

Bibliography

- Barboza, H. (2003). Computador não é luxo. In *Historias de um brasil que funciona: Governos locais ajudando a construir um país mais justo*. Sao Paulo.
- Bell, D. (1983). The information society: The social framework of the information society. In Forester (Ed.), *The microelectronics revolution*. Cambridge: MIT Press (pp. 500-549).
- Boas, et al. (2005). Will the digital revolution revolutionize development? Drawing together the debate. *Studies in Comparative International Development* 40(2), 95-110.
- Compaine, B. (2001). *Information Gaps: Myth or Reality*. MIT Press Cambridge, MA.
- Compaine, B. and M. Weinraub. (1997). *Universal Access to Online Services”, Telecommunications Policy*.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed. Vol. 1): London: Blackwell Publishing.
- Delgadillo, K., Gomez, R. and K. Stoll. *Telecentros comunitarios para desenvolvimento humano*. Sao Paulo, unpublished paper.
- Horwitz, Robert. (1989). *The Irony of Regulatory Reform: the deregulation of American telecommunications*. Oxford University Press.
- International Telecommunication Union (ITU). (2006). *World Summit on the Information Society*. Retrieved march 6, 2006, from www.itu.int/wsis/basic.about/htm.
- LACERDA, J. (2004). Comunidades on line: os espaços de telecentros como configurações entre uma instrumentalização midiaticizada e uma comunicação para a participação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. Anais. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.
- Law no. 9.998 on 17 August 2000. Brazilian National Congress, Brasilia, Brazil.
- MacBride, S. (1980) *Many Voices, One World*. Communication and Society Today and Tomorrow. Paris: UNESCO.
- National Center for Education Statistics, n.d. nces.ed.gov/pubs2003/secureweb/glossary.asp
- Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet*. Cambridge University Press, pp. 58-9
- Porat, M. (1977). *The Information Economy: Sources and Methods for Measuring the Primary Information Sector*. Paper, eric.ed.gov.
- Portaria da Casa Civil nº 23,12 de maio de 2000 - www.governoeletronico.

gov.br/governoeletronico/

Reich, R. (1992). *The work of nations*. New York: Vintage Books.

Robins, K., & Webster, F. (2004). The long history of the information revolution. In F. Webster (Ed.), *The information society reader*. London: Routledge (pp. 62-80).

Seabra, C. (2007). *Census of Brazilian telecenters*. Sao Paulo.

Somos telcentros. *Telecentros CD-ROM*. São Paulo.

Spence, J. (2007). *A typology of telecenters in Sao Paulo*. Unpublished paper, University of Texas at Austin.

Takahashi, T. (ed.) (2000). *Sociedade da Informação no Brasil: Livro Verde*. Brasília: Ministry of Science and Technology. Setembro 2000

Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantan Books.

“União Européia doa 100 mil euros para os telecentros da marta.” (2003). *Folha de S. Paulo, Folha Online*.

Um marco no grande debate da mídia¹

* Kaarle Nordenstreng

Professor do Departamento de Jornalismo e Comunicação de Massa da Universidade de Tampere, na Finlândia.

Entendo que o Relatório MacBride é um marco na história. Ele não foi somente um exercício científico básico de descoberta para o estado da comunicação no mundo, mas o primeiro e principal exercício de avaliação das forças sócio-econômicas no mundo naquela época. Entendo o Relatório no contexto do que é conhecido como “o grande debate da mídia” nas últimas três décadas e meia (Nordenstreng 1999; Gerbner & al. 1993). No retrospecto, esse debate teve cinco estágios principais com os seguintes marcos:

1. 1970-75: Descolonização ofensiva

- a idéia de informação imperialista
- o conceito de Nova Ordem Internacional da Informação

2. 1976-77: Contra-ataque ocidental

- fundação do Comitê Mundial de Liberdade de Imprensa
- adiamento da Declaração dos Meios de Comunicação de Massa da UNESCO em Nairobi
- proposta de um Plano Marshall de Telecomunicações

3. 1978-80: Trégua

- adoção da Declaração dos Meios de Comunicação de Massa da UNESCO
- trabalho e Relatório da Comissão MacBride
- consenso quanto ao conceito de Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação – New World Information and Communication Order (NWICO)
- criação do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (IPDC)

4. 1981-90: Ofensiva ocidental

- conferência Vozes da Liberdade, em Talloires (França)
- saída dos Estados Unidos e do Reino Unido da UNESCO

- saída do diretor geral da UNESCO, M'Bow
- fim do conceito de NWICO

5. 1991: Globalização

- mercados globais versus exceção cultural
- corporações multinacionais *versus* sociedade global civil

O Relatório MacBride está “localizado” no meio desta narrativa, próximo à Declaração para os Meios de Comunicação de Massa da UNESCO. A idéia de uma comissão internacional para estudar os problemas globais da comunicação originou-se do entrave político no qual a UNESCO se encontrou no meio da década de 1970, ao tentar planejar uma declaração sobre “princípios fundamentais para administrar o uso dos meios de comunicação de massa em intensificar a paz e o entendimento internacional e no combate à propaganda sobre guerra, racismo e apartheid”. Como documentado no livro que escrevi sobre a declaração (Nordenstreng, 1984, 20-112), o então diretor geral da UNESCO, Amadou-Mahtar M'Bow, sugeriu uma “reflexão em grupo de homens sábios” como forma de evitar uma crise política gerada na 19ª Conferência Geral em Nairobi, em 1976, dedicada às discordâncias sobre a competência da UNESCO para determinar normas para a mídia.

Um instrumento paralelo que ajudou a evitar o impasse em Nairobi foi a idéia de um fundo internacional para sustentar a infra-estrutura da mídia nos países em desenvolvimento. Tratou-se de iniciativa conjunta entre países em desenvolvimento moderados, notadamente a Tunísia e países ocidentais de liderança, que ofereceram assistência material aos primeiros como uma espécie de “Plano Marshall das Telecomunicações”. A ajuda dos países do Ocidente foi liderada pelo governo do presidente norte-americano Jimmy Carter, que adotou uma mudança tática para o sistema de prêmio e castigo (*carrot and stick* – sistema no qual você é recompensado por algumas ações e punido por outras), com a intenção de oferecer dinheiro aos países em desenvolvimento em troca de demovê-los de idéias militantes, e assim “negociando ideologia contra cooperação”. Essa negociação diplomática levou subsequentemente ao estabelecimento do Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (IPDC) da UNESCO (ver Nordenstreng 1984, p. 16-22; 1999, p. 244-245).

A intenção básica, ao se criar a Comissão MacBride, foi reduzir a importância da fase antiimperialista no movimento dos não-alinhados e neutralizar os esforços para deixar o sistema das Nações Unidas emitir normas para os meios de comunicação de massa. Para o Ocidente esse período representou um sério sinal de que o as nações em desenvolvimento (o Sul político) estava sendo apoiado fortemente por líderes políticos soviéticos da Europa do Oriental. Havia também os idealistas, incluindo Sean MacBride, para quem a Comissão representou uma verdadeira forma de descobrir os problemas globais da comunicação, mas os principais motivos e as forças cruciais que estavam por trás dos realistas, incluindo M'Bow – que fez um

acordo entre os capitalistas ocidentais socialistas do leste e os não-alinhados. Havia espaço para esse acordo – uma trégua na guerra de informações – no final dos anos 70, em grande parte devido à aproximação entre Leste e Oeste e à crise do petróleo, que deu apoio aos estrategistas ocidentais, que preferiram o prêmio ao castigo.

Todavia, o peso das forças globais mudou drasticamente após o Relatório MacBride. A eleição de Ronald Reagan como presidente no início de 1981 mudou os Estados Unidos do uso multilateral ao uso unilateral de poderes políticos, com relativo enfraquecimento da União Soviética e do movimento dos não-alinhados. A trégua dos anos 70 foi erguida por uma nova ofensiva ocidental nos anos 80. Nesse estágio, todos os elementos do acordo que antes eram considerados valiosos e dignos de repente saíram de moda e se tornaram responsáveis pelos riscos. Dessa forma, M'Bow perdeu o emprego e a NWICO se tornou um tabu na UNESCO.

Num contexto mais amplo das políticas ocidentais, a UNESCO foi considerada um empecilho e a administração Reagan decidiu que os Estados Unidos deveriam deixar a Organização, no que foi seguida por Margaret Thatcher (da Grã-Bretanha). É importante notar que a saída dos americanos e dos britânicos da UNESCO não foi causada em especial pela NWICO, MacBride ou M'Bow. O verdadeiro motivo foi a estratégica mudança do multilateralismo – uma lembrança para a comunidade internacional de que as lideranças poderosas ocidentais não seriam vencidas pela maioria das nações do mundo. Como dito anteriormente por um secretário-assistente da administração Carter, “a UNESCO foi a Granada dos Estados Unidos” – um alvo relativamente pequeno para demonstrar o que poderia ser feito em larga escala se os interesses dos grandes e poderosos não forem respeitados.

Por isso, o melhor da UNESCO depois de M'Bow – tanto em comunicação como em outros setores – está longe de ser honroso. A Organização não só deixou de seguir linhas estratégicas de países ao Sul e ao Leste, como fez o impossível para apelar ao Ocidente – incluindo os Estados Unidos, que haviam deixado de ser seu integrante – tentando censurar por exemplo um livro que mostrava a mudança radical da UNESCO em políticas de mídia (Preston & al. 1989). Parte dessa cultura dos anos 80 deu-se pelo fato de o Relatório MacBride, como a NWICO, ter sido considerado politicamente incorreto.

Conseqüentemente, antes de tentar avaliar o impacto do Relatório MacBride é crucial entender a sua natureza – as condições históricas que alavancaram a Comissão para o primeiro lugar no contexto em que o Relatório foi preparado. Agora que isso já foi feito, podemos questionar: qual foi o desempenho do Relatório em descobrir e analisar o mundo da comunicação?

Meu juízo sobre o Relatório, quando ele foi criado em 1980, era completamente negativo. Participei de um grupo de estudiosos de comunicação que produziu um livro com ensaios críticos sobre o documento (Hamelink, 1980). Na minha leitura crítica (Nordenstreng, 1980), o Relatório tratou a história da comunicação de forma isolada, sem considerar aspectos sociais

fundamentais, bem como o desenvolvimento global. Sua noção de “um mundo” não continha nenhuma visão coerente de mundo (nem de ontem, nem de hoje e nem de amanhã), mas uma imagem abstrata envolta por um número de fenômenos e debates em parte desconectados; sua apresentação de “problemas cruciais que a humanidade enfrenta atualmente” foi conveniente para eliminar controvérsias teóricas e políticas, mas foi contraproducente por nos alertar sobre profundos inter-relacionamentos e sobre a totalidade dos fenômenos sociais e globais; finalmente, seu conceito de comunicação representou a fusão da corrente do liberalismo burguês com o positivismo funcional e uma abordagem humanística. O parágrafo a seguir resume o meu ponto de vista.

O Relatório é uma excelente ilustração do dilema do ecletismo: tenta-se ser compreensivo mas se perde a totalidade que deveria descobrir. Por isso o Relatório poderia ser chamado de “Missão Impossível”.

Ainda assino essa avaliação (compartilho a mesma idéia). Os outros ensaios críticos dessa coleção deram continuidade a estas considerações. O capítulo do editor Cees Hamelink, sobre como a Comissão tratou inadequadamente as corporações transnacionais, até provou profeticamente que:

O Relatório, embora corretamente aponte a posição crucial que as corporações transnacionais no campo internacional das comunicações, não reconheceu suficientemente que a nova ordem da informação internacional é certamente deverá ser como a ordem das corporações transnacionais. O “um mundo” a que o Relatório ambiciosamente se refere no seu título pode bem ser a área global de marketing para as corporações transnacionais.

Hoje, 25 anos depois, temos todas as razões para reafirmar essas reflexões críticas de um ponto de vista científico. O Relatório MacBride foi correto mas relativamente ligeiro analisado levando-se em consideração critérios acadêmicos. Por outro lado, temos que admitir – hoje mais que em 1980 – que ele carrega consigo um grande peso político e veio para mostrar a existência de um movimento global em torno da democracia e da equidade na comunicação impulsionado pela descolonização ofensiva do início dos anos 70. Por isso, deve-se distinguir entre as perspectivas políticas e acadêmicas que é importante ser intelectualmente inflexível na análise científica do Relatório, mas que é também vital avaliá-lo pelo seu mérito político. Por esse segundo ponto de vista, o Relatório durou mais que a Declaração dos Meios de Comunicação de Massa, que foi gradualmente compensada pela ofensiva ocidental nos anos 80, apoiada pela NWICO. Muitas, se não a maioria, das suas 82 recomendações permanecem sem serem implementadas (ver Hancock & Hamelink, 1999).

Mesmo assim, na virada do milênio os elementos conflitantes da globalização reacenderam muitos dos pontos presentes no Grande Debate da Mídia dos anos 70. Alguns até recomendam um retorno ao conceito da Nova Ordem Internacional da Informação e da Comunicação. Mas isso não irá acontecer porque os tempos mudaram e a comunicação mudou mais ainda – com a internet como seu novo elemento. A verdade é que os assuntos principais, estruturais, permanecem em grande parte os mesmos enfrentados pelo Relatório

MacBride e pela Nova Ordem, mas ainda precisamos de outras abordagens. Ao procurá-las, devemos fazer bom uso das lições aprendidas e documentadas em plataformas acadêmicas e profissionais, como as Mesas Redondas MacBride a partir de 1989 (ver os relatórios em Vincent & al., 1999).

Notas

1 Texto publicado originalmente como parte da edição especial do *Quaderns do CAC* - Consell de l'Audiovisual de Catalunya (a autoridade independente de regulação da comunicação audiovisual da Catalunha), dedicada ao 25º aniversário do Relatório MacBride. Em: http://www.portalcomunicacion.com/informe_macbride/eng/home.asp

*** Kaarle Nordenstreng**

Professor do Departamento de Jornalismo e Comunicação de Massa da Universidade de Tampere, na Finlândia. Esteve entre os fundadores do Grupo Europeu de Pesquisadores de Audiência (GEAR); foi membro do Grupo de Consultores em Pesquisa de Comunicação da UNESCO entre 1971 e 1976; vice-presidente da IAMCR entre 1972 e 1988; e presidente da Organização Internacional de Jornalistas (IOJ) de 1976 a 1990. Em 1998 recebeu o prêmio Euroaward em reconhecimento às conquistas relevantes e ao sucesso das suas iniciativas na área do ensino de jornalismo.

Globalização, comunicação e democracia: dos conglomerados ao ativismo de mídia

Daniel Martins de Lima Silva

Jornalista, mestrando do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

No século XXI, a produção e o consumo de informação acompanharam o ritmo da globalização e hoje, sem muito esforço, podemos saber do que aconteceu a poucos minutos em qualquer parte do planeta. Percebemos, no entanto, que a produção dessa informação, bem como sua circulação, não acontece de forma livre e democrática. Há várias forças em jogo que fazem da comunicação uma ferramenta de manipulação social.

Da mesma forma, existem grupos da sociedade que têm consciência desse processo e não gostam dessa condição de mera vítima da Indústria Cultural, e optam por fazer sua própria mídia, dando voz àqueles que estão excluídos dos meios de comunicação corporativos. Um caso exemplar nesse sentido é o Centro de Mídia Independente (CMI), uma rede de voluntários que produzem informação sobre temas não abordados na grande mídia, que possui abrangência global.

Esse trabalho pretende analisar dentro do processo de globalização a formação do Centro de Mídia Independente, encarando-o como uma resposta direta ao controle da informação por parte dos conglomerados de mídia e das agências internacionais de notícia possibilitada pelas Novas Tecnologias Informacionais de Comunicação.

A comunicação na sociedade globalizada

Ao observar o momento atual da sociedade, levando em consideração os efeitos da globalização na produção de culturas híbridas e principalmente nas Indústrias Culturais, podemos perceber que a comunicação é uma verdadeira força social, capaz de influenciar decisões políticas, determinar a produção econômica através da fábrica de desejos da publicidade, criar mitos de referência cultural reconhecidos globalmente, como Mickey Mouse ou Super-Homem.

A comunicação foi uma das forças emergentes no século XX, e nada faz parecer que ela perderá seu poder nesse começo de século XXI. Fica fácil,

portanto, perceber como uma série de paradigmas que tentam compreender nossa sociedade tem como pontos centrais a comunicação, independente da forma como ela é encarada. Sociedade do espetáculo, aldeia global, sociedade em rede, sociedade do controle, da informação e várias outras maneiras de enxergar o mundo durante o século XX entendem que, boa ou má, a comunicação é parte viva do mundo globalizado.

Um dos trabalhos mais importantes nesse sentido foi o primeiro volume de *A sociedade em rede*, de Manuel Castells (1999). Partindo de uma análise das transformações políticas e econômicas em escala global, o autor pôde perceber que a sociedade se organiza agora em formas relativamente novas se comparadas às estruturas hegemônicas do século XX.

Na economia, ele destacou o surgimento de um novo modo de produção capitalista, o pós-fordismo (ou “toyotismo” para outros). Esse modo de produção se caracteriza principalmente por trazer à tona a importância da produção especializada e customizada para atingir clientes de diferentes interesses. Isso só se tornou possível superando o modelo da linha de montagem fordista, as estruturas rígidas de organização tayloristas e valorizando fábricas altamente robotizadas, informatizadas e unidades de produção interconectadas para uma produção mais eficiente e veloz. Em termos organizacionais, isso só se tornou possível com estruturas em rede capazes de dar conta do dinamismo desse tipo de produção.

Na esfera política, Castells também percebeu uma descentralidade das relações entre as nações com o fim da Guerra Fria. A formação de blocos econômicos revelava também proximidades culturais e políticas entre os países, formando dessa maneira “redes sociais” de nações, todas interconectadas, em última instância, por entidades supranacionais como a ONU ou o Banco Mundial.

Com base nessas análises, o autor espanhol afirmou que a sociedade contemporânea se caracteriza como uma sociedade em rede, um dos paradigmas sociológicos mais em voga atualmente. Castells destaca em seu livro dois pontos especialmente interessantes para este trabalho: em primeiro lugar, ele assume como uma importante causa para a formação dessa sociedade o desenvolvimento de Novas Tecnologias Informativas de Comunicação (NTICs), sem as quais não haveriam meios de articular organizações em rede globalmente; além disso, ele destaca as disparidades no quadro mundial de desenvolvimento econômico e social, mostrando o abismo existente entre países pobres e ricos, ou desenvolvidos, subdesenvolvidos e em desenvolvimento. Se compararmos esses dois dados, não é difícil supor que países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, que possuem menos acesso às NTICs e às demais ferramentas de comunicação estarão sob controle ou, no mínimo, sob forte influência do capital estrangeiro de países mais desenvolvidos, e isso se reflete de uma forma bastante específica na centralidade dos países ricos na produção de informação. Estimativas da década de 1980 (UNESCO, 1980) indicavam que os 15 principais grupos de comunicação pertenciam a apenas 4 países da Europa Ocidental e os EUA.

Jesús Martín-Barbero (2004) faz uma análise desse quadro de desigualdade e revela, na América Latina, certas tendências da globalização econômica em se refletir sobre novos “dispositivos de propriedade” de mídia.

Duas são as tendências mais notórias neste plano. Uma, a conversão dos grandes meios em empresas ou corporações multimídia, seja por desenvolvimento ou fusão dos próprios meios impresso, rádio ou televisão, ou pela absorção dos meios de comunicação por parte de grandes conglomerados econômicos; e a segunda, a desorientação e reconfiguração da propriedade.(1) (MARTÍN-BARBERO, 2004)

Os exemplos usados para fortalecer seu argumento não poderiam ser mais contundentes. Grandes fusões de empresas e formação de conglomerados de comunicação nos EUA já fazem parte do cotidiano. Podemos notá-lo no histórico de consecutivas fusões de empresas de comunicação como a TIME. Sua primeira grande fusão mais recente foi com a Warner (cinema), logo depois comprou o grupo japonês Toshiba (televisores), em seguida a CNN (canal de notícias) e hoje controla a AOL (provedor de internet), tornando assim um dos três grandes conglomerados de mídia do país. Como é natural no processo de globalização, esses conglomerados rapidamente extrapolam as fronteiras nacionais, passam a exportar conteúdo, fundar filiais e fazer acordos com empresas de mídia locais até o momento em que passam a ter poder acionário em diversos países. Esse é o caso da News Corporation Limited (controla as redes de canais FOX, entre vários outros), que pertence a Robert Murdoch. Ela já conta hoje com participação nos dois maiores grupos de comunicação da América Latina, O Globo e Televisa.

Além disso, existem os conglomerados em formação na própria América Latina. Dois bons exemplos são o grupo Clarín, na Argentina, que partiu de um jornal diário e hoje já atua em todos os principais meios; e o grupo Abril, no Brasil, que tem participação em um canal de TV, rádios, várias revistas semanais, sites da internet e até mesmo gravadoras de discos. Há pouco tempo, o grupo Abril era ainda o dono da TV por satélite DIRECTV, mas esta se fundiu com a concorrente SKY, que pertence ao grupo Globo. E não é tudo: o grupo Abril tem acordos com a Disney e é a dona da Mtv Brasil.

Aos poucos, podemos perceber que as conexões entre as empresas de comunicação se mostram muito mais complexas do que aparentam inicialmente, e fica extremamente subjetivo julgar até que ponto isso atinge a qualidade do produto final. A única maneira de garantir que não existam abusos ou violações dos interesses da sociedade seria através de regulamentações e políticas públicas, mas isso está muito longe da realidade.

Os dois relatórios mais importantes da Unesco sobre comunicação e sociedade, o Relatório Macbride (UNESCO, 1980), e o mais recente, intitulado Da Sociedade da Informação para a Sociedade do Conhecimento (UNESCO, 2005), mostram que a falta de regulamentação nos meios de comunicação não é novidade, e tampouco o são as disparidades nos fluxos de informação entre

diferentes países. Extremamente ricos em dados, os dois relatórios mostram que esse quadro não é mera especulação de sociólogos de esquerda, mas uma realidade do mundo globalizado.

Apesar da falta de políticas de comunicação para regulamentar a mídia e dar incentivos capazes de reduzir a diferença entre a produção de mídia nos países menos desenvolvidos, o relatório mais recente mostra um elemento novo no balanço da equação: a emergência da comunicação em rede propiciada pelas NTICs.

Apesar das imensas barreiras ainda existentes ao acesso à informação, como o analfabetismo, por meio de tecnologias como a internet, vem se tornando cada vez mais plausível criar meios para que comunidades pouco favorecidas economicamente possam produzir sua própria mídia fora da esfera das corporações e seus conglomerados, que controlam o mercado criando barreiras para a democratização da comunicação.

Mídia independente

Tradicionalmente, os movimentos sociais são os primeiros a inovar no uso das tecnologias de comunicação mais avançadas e oferecer novas funções para os meios de comunicação em benefício da sociedade. Isso pode ser claramente exemplificado pelos primeiros jornais operários, na Inglaterra e na França, ainda no século XVIII, e no Brasil a imprensa libertária foi muito marcante no início do século XX (FERREIRA, 1978). No caso da internet, o processo não foi diferente.

A partir da década de 1980, a sociedade civil (ou terceiro setor) passou a se organizar em ONGs e associações para reivindicar uma série de direitos que eram deixados de lado por conta de interesses comerciais. Esses movimentos, inicialmente, eram voltados para causas específicas, como preservação do meio ambiente, questões de gênero e direitos da mulher, direitos raciais, educação ou preservação de culturas minoritárias (KIDD, 2004).

Após uma década de crescimento, esses diversos movimentos já estavam maduros o suficiente para ter sua voz na sociedade, mas como em grande parte dos casos iam contra os interesses dos que controlavam os principais meios de comunicação, eram deixados de fora da mídia, com exceção a eventos mais “pirotécnicos”, como as ações perigosas do Greenpeace para proteger as baleias.

Isso estava muito aquém do que esses grupos tinham para dizer e, quando a internet despontou no cenário dos meios de comunicação, em meados da década de 1990, estes grupos foram os que mais rapidamente souberam aproveitar o baixo custo de produção e o imenso alcance de público de um site.

O primeiro grande evento que marcou o uso da internet pelos movimentos sociais aconteceu na região de Chiapas, no México, em 1994. Os guerrilheiros do Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN), cercados nas montanhas pelo exército mexicano estavam prestes a serem

massacrados, e fizeram um pedido de socorro via internet e correntes de e-mail. A sociedade civil organizada internacional rapidamente veio a seu socorro, e conseguiu impedir o massacre dos guerrilheiros e índios que viviam na região, e posteriormente estruturou uma complexa rede de apoio e fornecimento de recursos que garantiu a sobrevivência do EZLN em longo prazo. Neste caso, a comunicação foi a arma mais eficiente, e garantiu que a resistência pudesse durar firme até hoje. (MORRIS, 2003)

A partir desse momento, a comunicação passou a ser vista como uma ferramenta fundamental para os movimentos sociais. As mudanças no contexto sócio-político global, com a queda do muro de Berlim e o fim da guerra fria, favoreceram esses movimentos de forma inesperada: a hegemonia do sistema capitalista global regido pela doutrina neoliberal se mostrou um inimigo em comum para a sociedade civil global que atuava sem muita articulação até aquele momento. A partir da determinação de um elemento consensualmente antagonista, os movimentos sociais superaram as diferenças ideológicas que os separavam e passaram a se articular cada vez mais, na forma de redes de ativismo.

Esses movimentos convergiram, em 1999, nas manifestações em Seattle durante a reunião da OMC. Organizadas majoritariamente pela DAN (Direct Action Network), elas mostraram ao mundo a capacidade de mobilização de grupos pequenos organizados em rede, com o uso de NTCs e da Comunicação Mediada por Computadores (CMC). (KIDD, 2004, MORRIS, 2003 e HALLECK, 2002)

Apesar disso, talvez a chamada batalha de Seattle não tivesse o mesmo impacto se não houvesse, durante as manifestações, um grupo de ativistas que se especializaram em fazer uma cobertura jornalística das manifestações sem esperar a boa vontade das mídias convencionais.

Poucos meses antes das reuniões da OMC, alguns grupos de ativistas reuniram doações, montaram uma sala de redação munida de computadores, uma conexão com a internet e muitos voluntários para produzir conteúdo em texto, áudio e vídeo. Quando as manifestações começaram, o site Indymedia (www.indymedia.org) estava pronto para garantir informações atualizadas e independentes sobre as manifestações.

Rapidamente, sua sala de redação se tornou um dos nós centrais da rede de ativistas em cena, e transformando-se no repositório de informações mais atualizado e com mais credibilidade sobre as manifestações. O contador de acesso mostrava milhares de visitas por dia e o conteúdo produzido pelos voluntários foi usado como referência até mesmo pelas mídias corporativas para cobrir o evento. Os ativistas surpreenderam até a si mesmos: “[...] a mobilização de massa de dezenas de milhares nas ruas de Seattle, e centenas de milhares nas ruas de Gênova”² (LOVINK & SCHNEIDER, 2003) em 2001.

Estes movimentos mostravam a importância das mídias independentes. A partir dessas manifestações, a apropriação dos meios de produção de mídia se tornou uma importante tática dos movimentos sociais, dando destaque

para a noção de mídia tática, pensada pelo ativista Geert Lovink, dentro da Internet. A intenção das mídias táticas é “intervir na cultura de massa’ sem dever necessariamente se comprometer com o sistema”(3) (LOVINK & SCHNEIDER, 2003), ou seja, elas procuram explorar o potencial criativo e independente que as NTICs possibilitam e que, em função de uma lógica de mercado, é usado pelas corporações de mídia como dispositivo de controle. É importante lembrar que as mídias táticas não se restringem a organizações de produções alternativas, desejosas em fazer uma ruptura com o sistema, e sim se constituem como uma proposta voltada para a intervenção nas mídias convencionais, abarcando uma série de manifestações independentes e sem restrições de gênero (intelectual, jornalístico, artístico, experimental etc, até mesmo *off-line*, como teatro de rua).

Após as manifestações de Seattle, o Indymedia evoluiu para a formação de uma rede de ativistas que pretendiam produzir mídias táticas em todo o mundo, tendo como meta enfrentar barreiras na comunicação como as exibidas pelos relatórios da Unesco. Formou-se assim uma ampla rede mundial de jornalistas independentes, sob a sigla do Centro de Mídia Independente (CMI). Atualmente, ele já conta com mais de cinco mil voluntários, trabalhando para cerca de 200 coletivos em mais de 50 países nos cinco continentes, e o CMI-Brasil é um dos mais atuantes. (cf.: KIDD, 2004)

Conclusão

É grande o poder simbólico que envolve a mídia, capaz de transformações na estrutura da sociedade . É capaz também de formar cidadãos conscientes sobre o mundo em que vivem e as formas possíveis de torná-lo um lugar melhor para todos.

A recapitulação neste texto sobre a concentração dos meios de comunicação em escala mundial teve o sentido de lembrar que muitas vezes o poder simbólico detido pela mídia não está sendo utilizado. Também existem pessoas que se dedicam a tentar otimizar o uso dos meios de comunicação de maneira a socializar o conhecimento e defender os interesses de camadas menos privilegiadas da população mundial – e hoje a internet é o meio mais eficaz para tanto.

O Centro de Mídia Independente é um exemplo do possível na comunicação democratizada em escala global. Seus críticos atacam a parcialidade a favor dos movimentos sociais e a falta de profissionalismo e o excesso de experimentalismo na produção. Se o ativismo na mídia é uma resposta para democratizar a comunicação ainda é uma incógnita, porque depende da superação de dificuldades como a dos países da maior parte da África subsaariana, que chegam a atingir índices acima de 50% de analfabetismo em adultos, em condições de vida indigentes e guerras civis constantes.

Essas condições indicam a propriedade de retomar as discussões levantadas pelo relatório de Sean MacBride, em especial sobre políticas de comunicação eficazes que reduzam a concentração dos meios de comunicação,

combatam a censura velada dos interesses comerciais das corporações de mídia e ofereçam a oportunidade de que as muitas vozes do mundo sejam ouvidas sem discriminação.

Referências Bibliográficas

BAGDIKIAN, Ben H. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacow Press, 2004.

BARBROOK, R. *Cibercomunismo: como os americanos estão superando o capitalismo no ciberespaço*. Texto disponível em: www.cybercomunismo.com, acesso em 2000.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 1999;

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2003.

----- . *A sociedade em rede, vol 1*. São Paulo: ed. Paz e Terra, 1999.

FERREIRA, Maria Nazaré. *A imprensa operária no Brasil – 1880-1920*. Petrópolis: Vozes, 1978.

HALLECK, Dee Dee. *Hand-Held Visions*. New York: Fordham University Press, 2002.

IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

JOHNSON, Steve. *Emergência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 2003.

KIDD, Dorothy. Carnival to Commons. In: YUEN, Eddie, ROSE, Daniel Burton & KATSIAFICAS, George (orgs.) *Confronting Capitalism: Dispatches from a Global Movement*. New York: Softskull Press, 2004.

LOVINK, G. & SCHNEIDER, F. *Un monde virtuel est possible*. Texto disponível em: www.multitudes.net, acesso em 2003;

----- & ----- . *Notes on the state of networking*. Texto disponível em: <www.makeworlds.org>, acesso em 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Medios y culturas en el espacio latinoamericano. In: *Pensar Iberoamérica* n° 5, janeiro-abril 2004.

MORRIS, Douglas. Globalization and Media Democracy: The Case of Indymedia. In: SCHULER, Douglas & DAY, Peter (orgs.), *Shaping the Network Society*. MIT Press, 2003.

NEGRI, Antonio & HARTD, Michael. *Império*. ed. Record, São Paulo, 2001.

----- & ----- . *Globalização e Democracia*. In: PACHECO, A. & VAZ, P. (org). Vozes do Milênio. RJ: Museu da República, 2002. p. 15 a 33.

UNESCO (The MacBride Report). *Many voices, one world. Towards a new,*

more just and more efficient world information and communication order.
London: Kogan Page, 1980.

UNESCO World Report. *From the information society to knowledge societies.*
Paris: UNESCO, 2005.

Notas

1 Tradução livre do texto original: “Dos son las tendencias más notorias en este plano. Una, la conversión de los grandes medios en empresas o corporaciones multimedia, ya sea por desarrollo o fusión de los propios medios de prensa, radio o televisión, o por la absorción de los medios de comunicación de la parte de grandes conglomerados económicos; y dos, la desubicación y reconfiguraciones de la propiedad.”

2 Tradução livre do original em francês: [...] la mobilisation de masse à des dizaines de milliers dans les rues de Seattle, des centaines de milliers dans les rues de Genes.”

3 Tradução livre do original em francês: « [...] intervenir dans la ‘culture de masse’ sans devoir necessairement se compromettre avec le ‘système’ ».

Orientação editorial

Logos: Comunicação & Universidade é uma publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. A cada número há uma temática central, foco dos artigos principais; trabalhos de pesquisa abordando outros temas serão aceitos a critério do Conselho Editorial.

1. ORIENTAÇÃO EDITORIAL

- 1.1. Os textos serão revisados e poderão sofrer pequenas correções ou cortes em função das necessidades editoriais, respeitado o conteúdo.
- 1.2. Os artigos assinados são de exclusiva responsabilidade dos autores.
- 1.3. É permitida a reprodução total ou parcial dos textos da revista, desde que citada a fonte.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

- 2.1. Os artigos devem conter entre 30 e 35 mil caracteres (incluindo a folha de referências bibliográficas e as notas) e as resenhas de obras recentes até 5 mil caracteres. Artigos e resenhas já revisados devem ser enviados em anexo por e-mail aos editores.
- 2.2. Uma breve referência profissional e acadêmica do autor com até três linhas deve acompanhar o texto.
- 2.3. Os artigos devem ser precedidos por um resumo de no máximo cinco linhas, com três palavras-chave e versão em inglês acompanhada de *keywords*.
- 2.4. As citações com até três linhas devem vir entre aspas, sem se destacar do corpo do texto, devendo acompanhá-las imediatamente as notas bibliográficas entre parênteses. Exemplo: (SOBRENOME DO AUTOR, ano de publicação da obra, página correspondente). Citações com mais de três linhas devem vir separadas do corpo do texto, com recuo à esquerda de 2 cm, sem aspas, entrelinha simples, acompanhadas das notas bibliográficas.
- 2.5. Formato do texto: Word (nome.doc), fonte Times New Roman, corpo 12, entrelinha 1,5. Teclar “Enter” apenas uma vez para mudança de parágrafo. Não formatar sublinhado, tabulações ou hifenização ou notas de rodapé. Eventuais notas deverão ser numeradas no corpo do texto entre parênteses e vir no final do artigo. As páginas não devem ser numeradas.
- 2.6. Imagens devem ser enviadas em formato jpg em arquivo próprio, identificadas ao longo do texto como “foto1.jpg”, “foto2.jpg” etc.
- 2.7. As referências bibliográficas, organizadas na última página, não deverão exceder dez obras, obedecendo às normas da ABNT. Exemplo de referência de livro: (SOBRENOME DO AUTOR, Nome. *Título da obra*. Cidade: Editora, ano.). Os títulos de artigos de periódicos devem seguir o mesmo padrão, sendo o nome da publicação em itálico. Exemplo: (SOBRENOME DO AUTOR, Nome. Título do artigo. *Periódico*, Cidade: Editora/Instituição, v.XX, n.XX, p. XX-XX, mês, ano).