

REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

São Paulo – Volume XXIII, nº 2, julho/dezembro de 2000

Comunicação: convergência, cidadania, pós-graduação

Globalização e convergência na América Latina

Enrique Sánchez Ruiz

Três esquemas para a compreensão do popular,
suas formas e usos comunicacionais na Bolívia

Erick Torrico Villanueva

O estado da arte dos cursos brasileiros
de pós-graduação em Comunicação

Entrevista com Wilson Gomes

Programa de Apoio a Publicações Científicas



1
3
13

Sumário

Expediente	5
Aos leitores	7
ARTIGOS	
Globalização e convergência na América Latina - <i>Enrique Sánchez Ruiz</i>	13
WebTV, teleTV e a convergência anunciada <i>Sérgio Capparelli, Murilo César Ramos e Suzy dos Santos</i>	41
Jornalistas de São Paulo: quem são e o que pensam em comparação aos jornalistas americanos e franceses - <i>Heloiza Herscovitz</i>	65
COMUNICAÇÕES CIENTÍFICAS	
Três esquemas para a compreensão do popular, suas formas e usos comunicacionais na Bolívia - <i>Erick Torrico Villanueva</i>	89
Formação do jornalista e reforma curricular: a experiência da Metodista <i>Graça Caldas e Monica Caprino</i>	101
ENTREVISTA	
O estado da arte dos cursos brasileiros de pós-graduação em Comunicação <i>Wilson Gomes e Sonia Virgínia Moreira</i>	121
COMENTÁRIOS	
A ética como fator de resistência no Jornalismo - <i>Jorge Claudio Ribeiro</i>	137
Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet <i>Dênis de Moraes</i>	142
Cidade efêmera: a comunicação visual urbana no centro do Rio de Janeiro <i>Ana Luiza Cerbino</i>	157
RESENHAS DE LIVROS	
Reflexões sobre a <i>world culture</i> - <i>João Bosco dos Santos</i>	171
Martín-Barbero por ele mesmo e outras reflexões - <i>Nilda Jacks</i>	173
A informação solidária - <i>Laureni Dantas de França</i>	183

Publicidade eleitoral: pensando estrategicamente <i>Maria Berenice da Costa Machado</i>	186
Comunicação e mudanças sociais - <i>Zilma Martins da Silva</i>	189
RESENHAS DE TESES E DISSERTAÇÕES	
Os sentidos culturais da escuta radiofônica - <i>Pedro Luiz S. Osório</i>	195
Phileas Fogg: Josué Guimarães viaja na crônica em jornal - <i>Antônio Hohlfeldt</i>	198
MEMÓRIA	
Intercom: dos GTs aos Núcleos de Pesquisa	203
NOTICIÁRIO	213
NORMAS PARA PUBLICAÇÃO	223
SOBRE A INTERCOM	229

Expediente

Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

São Paulo, volume XXIII, nº 2, julho/dezembro de 2000

Publicação semestral editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e apoiada pelo Programa de Publicações Científicas CNPq/Finep do Ministério da Ciência e Tecnologia. Integrante da Rede Ibero-Americana de Revistas de Comunicação e Cultura. Indexada pelo PORTCOM/Portdata (Brasil), pelo CENEDIC (México) e pelo IFCA/Indicator (Canadá).

Web - <http://www.intercom.org.br> E-mail - intercom@edu.usp.br

Diretor Responsável

José Marques de Melo, Universidade Metodista de São Paulo

Editora

Sonia Virgínia Moreira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Editores Associados

Sonia Virgínia Moreira,

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Entrevistas)

Marialva Barbosa, Universidade Federal Fluminense (Comentários)

Maria das Graças Targino, Universidade Federal do Piauí (Resenha de livros)

Dóris Fagundes Haussen, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Resenha de teses)

Conselho Editorial

Adolpho Queiroz (Universidade Metodista de Piracicaba)

Albino Rubim (Universidade Federal da Bahia)

Ana Arruda Callado (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro)

Anamaria Fadul (Universidade Metodista de São Paulo)

Arlindo Machado (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo)

Armand Mattelart (Universidade de Paris, França)

Bernard Miège (Universidade de Grenoble, França)

Carlos Eduardo Lins da Silva (Valor Econômico)

César Ricardo Siqueira Bolaño (Universidade Federal de Sergipe)

Christa Berger (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)

Globalização e convergência: rumos para as indústrias culturais latino-americanas

*Enrique Sánchez Ruiz**

Resumo

Partindo da discussão sobre o conceito de globalização, o texto analisa os impactos deste processo sobre as indústrias culturais latino-americanas. E adverte que, apesar de todo o otimismo que marca este debate, a convergência entre as telecomunicações, as tecnologias de informação e os meios de comunicação provoca a concentração de empresas com integrações verticais e horizontais, das redes e conteúdos que resultam na centralização do capital, com sérios riscos para a pluralidade e a democracia.

Palavras-chave: globalização, indústria cultural, América Latina.

Resumen

A partir de la discusión sobre el concepto de globalización, el texto analiza los impactos de este proceso sobre las industrias culturales latinoamericanas. Además, advierte que a pesar de todo el optimismo que marca el debate, la convergencia entre las telecomunicaciones, las tecnologías de información y los medios de comunicación, provoca la concentración de empresas con integraciones verticales y horizontales en redes y contenidos que producen la centralización del capital, con serios riesgos para la pluralidad y la democracia.

Palabras-clave: globalización, industria cultural, América Latina.

Abstract

Starting with the discussions on the globalization concept, the text analyzes the impacts of this process over the Latin-American cultural industries. It reminds that even though there is a demonstration of optimism, the convergence of telecommunications, the information industries and the media results in a concentration of companies linked horizontally and vertically in hardware and software, and also in networks and contents that concentrate the capital, meaning serious risks to plurality and democracy.

Keywords: globalization, cultural industry, Latin America

* Enrique E. Sánchez Ruiz é professor da Universidade de Guadalajara, no México

Globalização/Mundialização: o curto e o longo prazo

A noção de globalização já é de domínio do senso comum. Entretanto, não parece que tenha se convertido num sentido consensual, mais ou menos claro, de tal forma que se possa considerá-la como conceito minimamente rigoroso, de uso comum nas Ciências Sociais (Ianni, 1996; García Canclini, 1999). Em todo caso, é necessário diferenciar entre os sentidos carregados de valor, de origem ideológica: desde os que encontram na globalização a fonte de todos os males, até os que a identificam com todas as “bondades do mercado”, de uso pouco mais descritivo, que definiria a globalização como estado atual de desenvolvimento do capitalismo (Saxe-Fernández, 1999). Assim, recentemente foram propostas diferenciações entre globalização e globalismo (Beck, 1998). Do último, acentua-se o uso mais ideológico, propondo uma noção de “globalismo pop” ou “versão pop do globalismo” (Saxe-Fernández, 1999). Ou, simplesmente, tenta-se reconstruir diferentes versões da “globalização imaginada” (García Canclini, 1999).¹

A globalização como nova ordem mundial não é a causa de todos os males da humanidade (ainda que se possa assinalar uma infinidade de problemas que produz ao se deixar as economias à mercê somente das forças do mercado), nem a origem de todas as conquistas e avanços da humanidade contemporânea. Considero que, à medida em que ainda não conseguimos chegar ao “fim da história”, nem ao reino da utopia, os enfoques das Ciências Sociais a este tipo de problema devem ser de natureza crítica. Somente assim conseguirá o ser humano, eventualmente, sua total realização como tal, num entorno natural que não seja destruído pelas “forças do mercado”.

É necessário, por outro lado, desvendar pouco a pouco as novas características do mundo contemporâneo, que apresentam a globalização como verdadeira novidade histórica, deixando de lado modas, mitos e a “fetichização do fenômeno” (Bolaño, 1995), assim como diferenciar o que é verdadeiramente novo do que vem de longos processos históricos.² Se fala como uma noção fetichizada, especialmente como componente principal da “ideologia neoliberal”, que propõe que os países em desenvolvimento devem “inserir-se rápida e precisamente à maneira neoliberal

(com abertura comercial a transações, liberalização do capital estrangeiro e retirada do Estado de suas funções econômicas como aplicador, regulador, planejador e promotor do crescimento econômico e bem-estar social), sob pena de ficar à margem do processo e da passagem ao primeiro mundo” (Calva, 1995:13). O que nos interessa destacar aqui é que se a globalização pode ser considerada como processo real, atual e quase “inevitável”, é função dos estados-nação, no entanto, decidir (dentro de determinados limites) as maneiras em que se articulam ao processo histórico mais amplo na economia, política e cultura (Saxe-Fernández, 1999). A transformação histórica é multidimensional e aberta, não linear e pré-determinada. Existem múltiplas formas em que a história pode se desenvolver (Castells, 1999a).

Apesar de sua inserção no discurso cotidiano, a globalização para muitos segue sendo uma novidade, ainda que tenhamos que sustentar que o processo que culmina neste planeta atual, altamente interconectado e interdependente (ainda que de maneira desigual), não começou há pouco tempo, e sim, de fato, vem acompanhando a expansão da “civilização ocidental” ou, mais precisamente, do sistema capitalista mundial (Sánchez Ruiz, 1996a). A pesquisadora norte-americana das sociedades Marjorie Ferguson (1993:3) tem a mesma opinião:

“Se o processo de globalização começou com os exportadores e descobridores dos séculos XV e XVI, eles anteciparam e ofuscaram as conquistas de suas recompensas atuais na exportação das tecnologias, dos bens e da indústria cultural de seu tempo.

... É importante recordar que a influência exportadora de bens econômicos e culturais caracterizaram as relações internacionais de poder através dos séculos.”

Assim, cremos que a chamada globalização deva ser pensada a partir de uma perspectiva de “longa duração” no sentido de Braudel (1984;1991): a inserção da América Latina no sistema mundial não teria começado, então, com a televisão, as “novas tecnologias da comunicação” ou a internet (Ferrer, 1999). O fim do “longo século XVI”, com as palavras de Immanuel Wallerstein (1976; 1979; 1984), a partir da expansão do capitalismo comercial, pressupôs (e configurou) historicamente o que agora se conhece como o “moderno sistema mundial”. A partir deste ponto de vista de longo prazo, o processo globalizador, cujo motor principal tem sido a internacionalização do capital (Pallois, 1977a; 1977b),

1 O interessante recorte de imagens e metáforas da globalização, em Ianni, 1986.

2 Ver Fergusson (1992); Ianni (1996); Sánchez Ruiz (1996b). Para um ponto de vista diferente: García Canclini (1998); Ortiz (1994).

não se esgota nos fatores econômicos, mas, ainda que de forma lenta, tem provocado uma constante aceleração dos movimentos históricos.

Em todo caso, se pode pensar em grandes fases do processo de expansão capitalista: ao se inventar as nações, desde os tempos de emergência do capitalismo mercantil, as grandes navegações transoceânicas e as conquistas coloniais a partir da Europa do século XVI, com o colonialismo começa a **internacionalização** do capitalismo (Braudel, 1991). Já no século XX, ao fim da chamada “fase imperialista” (Ianni, 1974; Brewer, 1980), se configura a etapa da **transnacionalização**, cujo motor principal se constitui de grandes empresas transnacionais, que movem, “devoram” e guiam os movimentos do capital, assim como influem nas relações entre estados nacionais (Sunkel e Fuenzalida, 1979). Agora não se trata somente de comércio, mas também dos grandes fluxos de capital estrangeiro. É quando começam os desenvolvimentos científicos e tecnológicos, que levarão à gênese do “paradigma informativo”, como afirma Manuel Castells (1999a), que está na base da atual “sociedade em rede” (ibid). A mobilidade tanto de capitais como de mercadorias e a ubiqüidade que permitem a muitos a tecnologia de informação e as telecomunicações desembocam na grande interconectividade e interdependência assimétricas que caracterizam o processo propriamente de **globalização**. Néstor García Canclini (1999) considera a tecnologia um fator muito importante no desenvolvimento da globalização:

“... foram necessários os satélites e o desenvolvimento dos sistemas de informação, manufatura e processamento de bens como recursos eletrônicos, transporte aéreo e trens de alta velocidade e serviços distribuídos em todo o planeta para a construção de um mercado mundial onde o dinheiro e a produção de bens e mensagens se desterritorializassem, desfazendo as fronteiras geográficas e, aos poucos, tornando as alfândegas inoperantes. Ocorre, então, uma interação mais complexa e interdependente entre focos diversos de produção, circulação e consumo” (p. 46).

O acelerado processo histórico das décadas mais recentes tem significado, necessariamente, a **redefinição**, não o desaparecimento do Estado, assim como a noção de soberania nacional diante do surgimento de novos atores multinacionais, transnacionais e internacionais no panorama geopolítico mundial. As acomodações e reacomodações econômicas e políticas desde o segundo pós-guerra até o fim do século XX, por sua vez,

têm redefinido a hegemonia mundial como advento de fim de século de um mundo “unipolar” a partir de certos pontos de vista políticos e militares, e “multipolar” a partir de um ponto de vista principalmente econômico. Foram intensificados os intercâmbios desiguais na economia, política e cultura, enquanto o predomínio ideológico mundial do chamado “neoliberalismo” tem mercantilizado praticamente todas as esferas da vida social no mundo inteiro.

Em termos culturais, a constituição do “sistema mundial moderno” tem significado a “ocidentalização” de culturas e civilizações, algumas vezes mediante a conquista armada, em outras ocasiões por influência e imitação, na maioria das vezes com a mediação da dominação econômica.³ Mas as culturas continentais, regionais e nacionais *sempre têm resistido* ou pelo menos *têm sido sempre criativas* e, assim, em todo o mundo, em diferentes momentos históricos, têm surgido e se desenvolvido “novas” versões híbridas ou “mestiças” das diversas formas dominantes adotadas pela “civilização ocidental”. Colocada em diferentes momentos em diversos “centros históricos de irradiação” (centros hegemônicos), a civilização ocidental tem sido influenciada, modificada e enriquecida por outras culturas e civilizações, de tal forma que não falamos de um “bloco monolítico”, puro e intocado em sua essência, que se impõe historicamente, eliminando definitivamente o que existia antes, apesar de sua dominação em última instância.⁴

Este século tem presenciado a aceleração do tempo histórico, em termos de internacionalização-transnacionalização-globalização de economias, políticas e culturais⁵, em especial diante do surgimento e desenvolvimento das grandes corporações transnacionais, que não conhecem outras fronteiras que as da rentabilidade em escala global e mediante a emergência da “tercei-

3 Consultar Fossaert (1994), especialmente o capítulo 9: “O mundo do imperialismo triunfante”. Ver também: Braudel (1991); Waltterstein (1990); Ianni (1993).

4 Ver o capítulo “*Mediaciones y mestizajes: la revancha de las culturas*”, em Mattelart (1993). Para o caso do México, consultar Ochoa (1995).

5 O ponto fundamental que deve ser levado em conta é que os movimentos e mutações econômico-financeiras e tecnológicas são muitíssimo mais rápidas e vertiginosas que as mudanças culturais. Para o caso das indústrias culturais, o plano de produção e posterior circulação, ou de oferta e inclusive de crescente de demanda de produtos culturais transnacionais não tem correlação pontual e imediata com os processos que afetam a cultura dos mesmos, especialmente se atendem às transformações de longo alcance em espaço e tempo.

ra” revolução tecnológica-industrial (Sunkel e Fuenzalida, 1979). Todo esse grande processo histórico tem provocado mudanças na divisão internacional do trabalho e consistido na gradativa articulação e interdependência (desigual) dos estados nacionais ao sistema capitalista moderno.

Partindo do ponto de vista econômico, entendemos globalização como o processo contemporâneo que torna cada vez maior – e mais acelerada – a articulação e a interdependência (desigual) entre países e regiões do mundo, a partir da intensificação das articulações funcionais, em diversos territórios, entre as fases de circulação do capital (financiamento, compra de insumo, matérias-primas e força de trabalho; produção; distribuição e consumo – “realização” do valor excedente gerado – e conversão a novo capital financeiro) no espaço mundial⁶.

Esclarecemos que nos referimos às articulações e combinações entre economias inteiras. A globalização é a configuração da economia-mundo “global”. São as nações que articulam suas economias a tal ordem global. No caso das corporações chamadas “globais”, mais estritamente poderíamos continuar nos referindo a elas como “corporações transnacionais”, pois permanecem operando com base em e *através* dos espaços nacionais. Assim, se pode dizer que uma empresa se *internacionaliza* quando começa a expandir-se fora de seu país de origem mediante as exportações ou o investimento estrangeiro⁷; se *transnacionaliza* ao operar preferencialmente já não a partir do seu espaço nacional, mas sim em diversos países ao mesmo tempo (mediante associações e alianças estratégicas, mas com mais força, com as grandes fusões e aquisições entre empresas e consórcios de vários países); e, finalmente, estas formas de operar constituem o processo de *globalização* como a configuração da economia-mundo “global” (Sánchez Ruiz, 1998). As evidências da intensificação de todo o tipo de conexões econômicas (comércio internacional, fluxos de investimento estrangeiro direto e indireto etc) são, apenas, indicadores parciais da chamada globalização.

Este processo, a princípio econômico, está acompanhado de novas configurações políticas do mapa mundial, redefinindo os papéis dos ato-

res nacionais (Estados, governos, empresas, classes e movimentos sociais) e extra nacionais (velhos e novos organismos internacionais, empresas transnacionais, organizações não-governamentais, etc) no cenário mundial. Os maiores e mais acelerados (ainda que também desiguais) contatos entre as múltiplas culturas que povoam o planeta constituem outra característica fundamental do “novo mapa do mundo” (Scarlatto, 1994)⁸. Nestor García Canclini ilustra alguns aspectos da combinação entre economia e cultura na “mundialização” com estes exemplos:

“...Compramos um carro Ford montado na Espanha, com vidros feitos no Canadá, carburador italiano, radiador austríaco, cilindros e bateria ingleses e eixo de transmissão francês. Ligo minha televisão fabricada no Japão e o que vejo é um filme-mundo, produzido em Hollywood, dirigido por um cineasta polonês com assistentes franceses, atores e atrizes de dez nacionalidades e cenas filmadas nos quatro países que financiaram sua realização. São grandes empresas que nos fornecem alimentos e roupas, nos fazem viajar e enfrentarmos engarrafamentos em estradas idênticas em todo o planeta e fragmentam o processo de produção dos bens em países onde o custo é menor. Os objetos perdem a relação de fidelidade com os territórios originários. A cultura é um processo de unificação multinacional, uma articulação flexível de partes, uma montagem de características que qualquer cidadão de qualquer país, religião ou ideologia pode ler ou usar” (García Canclini, 1995: 15-16).⁹

O autor parece apresentar um processo de igualdade onde todos em todos os lugares teremos acesso ao consumo “democrático” de tais maravilhas da integração econômico-cultural mundial. No entanto, o mesmo pesquisador comenta que “apesar da diversidade e intensidade dos processos de globalização, esta não implica na unificação indiferenciada, nem põe em relação simultânea todas as sociedades entre si. Os países têm acesso de maneira desigual e conflitante aos mercados econômicos e simbólicos internacionais” (García Canclini, 1996:17). Então, a

8 Devo esclarecer que considero os processos econômicos como motor fundamental da globalização. Os chamados fluxos históricos não seguem, necessariamente, a “ordem causal” que poderia se inferir da ordem de apresentação das três principais dimensões (econômica, política e cultural). Autores como Renato Ortiz (1994) propõem chamar o aspecto deste grande processo como “mundialização”.

9 Observar que os exemplos utilizados pelo antropólogo argentino se baseiam em formas econômicas, referindo-se a mercadorias como o automóvel, além da internacionalização do consumo cultural.

6 Christian Pallois (op cit) teorizou este processo durante os anos 70, chamando-o de “internacionalização do capital”. Ver também Saxe-Fernández 1999.

7 Muito provavelmente, este modo de operação, a princípio contribui para a “globalização” da economia mais ampla. Mas não porque uma firma exporta ou importa algum tipo de mercadoria – por exemplo, telenovelas – significa que foi “globalizada”.

globalização a rigor não implica o contato e a articulação horizontal e igualitária de “todos com todos”¹⁰.

Como mencionamos antes, o processo expansivo do sistema capitalista mundial e da “civilização ocidental”, até agora nunca pôde prescindir de hegemonias e desigualdades mundiais e regionais.

Hoje estamos presenciando a formação de grandes blocos econômico-políticos, que se articulam (de maneira desigual) por sua vez ao sistema mundial (González Casanova e Saxe-Fernández, 1994). Paradoxalmente, a “globalização” está tomando a forma de um processo de *regionalização da economia* política mundial, a partir dos acordos de livre comércio e de integração, como o Mercosul, a TLCAN (NAFTA) ou Maastricht (Calva, 1995b; Oman, 1994). Mas no processo histórico há diversas ordens de sucessões, ou seja, diferentes planos ou níveis nos quais ocorrem a ação social, todos, inter-relacionados e que podem exercer múltiplas influências mútuas. Ainda que a partir de uma ótica histórico-estrutural se suponha que exista uma *relativa* e maior eficácia em termos de restrições de ordens estruturais e institucionais sobre as de natureza menor (“culminando” no indivíduo), não se descartam os processos de mudança nos quais tanto atores individuais como coletivos podem afetar e modificar instituições e estruturas sociais mais amplas que os “determinavam”. Assim, hoje em dia todos os analistas sociais aceitam alguma forma de “ação” como a que propõe Anthony Giddens (1984), em que o local interage com o regional, o nacional e o “global”, estruturando ativamente aquelas grandes estruturas que uma vez condicionaram as ações coletivas e individuais (Sánchez Ruiz, 1992). Castells (1999b), por exemplo, dá importância central à identidade”, localizada nos níveis mais próximos dos indivíduos, em conformidade com a “sociedade em rede”, de que se constitui a globalização atual. De fato, a constituição da ordem sócio-histórica moderna obedece a uma complexa dialética entre o global e outras ordens.

Temos visto também que a partir do ponto de vista histórico-estrutural, grandes processos sócio-históricos como a globalização devem ser entendidos complexamente como a convergência das diversas dimensões mediadoras: por exemplo, o econômico, o político, o cultural, o tecnológico, o institucional, etc, dependendo do objeto concreto que se

constrói a partir de um plano de observação, como parte de um processo específico a ser estudado (Sánchez Ruiz, 1999). Hoje já não há dúvida: tudo tem múltiplas causas e, portanto, nada pode ser explicado e compreendido a partir de um só fator ou a partir de um só ponto de vista.

O setor audiovisual da indústria cultural (cinema, televisão e vídeo) tem se constituído em um baluarte contemporâneo do acelerado processo de “mundialização” cultural, ainda que seja importante recordar que nos âmbitos micro-sociais, locais e comunitários as dinâmicas culturais continuam vivas, mas em todo o caso se mesclando com o que lhes vêm das indústrias culturais globais e de suas próprias identidades (Mowlana, 1996; Sinclair et al, 1996; Jacka, 1992). Assim, é possível identificar grandes tendências até uma “convergência” econômica, política e cultural (Inglehart et al, 1994)¹¹, ou processos de reforço do local ainda em condições de migração internacional como, por exemplo, nas etnias indígenas mexicanas (Gendreau y Giménez, 1998), ou o relativo domínio por parte de uma potência, por exemplo, os Estados Unidos no audiovisual mexicano, apesar da presença dos produtos culturais mexicanos em outros mercados (Sánchez Ruiz, 1996a), ou notar a coexistência *dos três processos*. Apesar de ter havido troca nos fluxos mundiais de produtos audiovisuais e de que mais países, hoje em dia, participam dos mesmos, continua existindo um relativo domínio dos EUA e outros poucos países nos mercados internacionais, (incluindo o México na área de língua hispânica). Quer dizer, ainda que os telespectadores tenham uma tendência a preferir o mais próximo culturalmente e o que está em seu próprio idioma, os países que têm grande capacidade de produção e grandes aparatos mercado-técnicos, como os Estados Unidos, continuam predominando nos fluxos mundiais (Sinclair, 1999; Sánchez e Hernández, 2000; European Audiovisual Observatory, 2000).

As indústrias culturais latino-americanas nos tempos de globalização

De tudo que vimos anteriormente, nos damos conta de que não se pode entender as indústrias culturais sem localizá-las no contexto nacional e internacional em que operam. O contexto contemporâneo é o de um mundo altamente interconectado, unipolar em certos aspectos e multipolar em outros. A globalização é a etapa “triumfante” do capitalismo, depois da

10 Idéia que conotam algumas das “metáforas” da globalização, como a imagem de “aldeia global”. Ver Ianni (1996)

11 Estes autores analisam as convergências na economia, na política e na cultura que estariam ocorrendo entre os três países da TLCAN/NAFTA (Estados Unidos, Canadá e México).

derrubada do chamado “socialismo real”. Os fluxos de comércio exterior são um indicador da maior interconexão e interdependência atual entre as nações. Nos últimos 50 anos, a tendência mundial geral tem sido em direção à abertura dos mercados. Entre 1950 e 1990, as exportações cresceram de 8% para 27% do Produto Mundial Bruto. Em 1997, o comércio internacional era 14 vezes maior que o nível que se tinha em 1950. Essa tendência foi acelerada nos últimos anos com o surgimento dos acordos comerciais bilaterais e multilaterais e blocos comerciais, como a União Européia, o TLCAN (NAFTA), Mercosul, ASEAN, etc. Os mercados de produtos culturais também têm se expandido: entre 1980 e 1998, o comércio de bens e serviços culturais foi multiplicado por cinco (UNESCO, 2000a). Mas os fluxos de comércio internacional são desiguais. Por exemplo, em 1994 os países desenvolvidos concentravam 69% das exportações mundiais e 68% das importações. O chamado Grupo dos Sete cobria 51% e 50%, respectivamente. A América Latina e o Caribe participavam com somente 4% do total das exportações mundiais e 5% das importações.

Diante da chamada globalização, de fato, o contexto mundial tem se mostrado altamente desigual. Ao contrário do que se clama com triunfo, o mundo não chegou ao “fim da história”, nem entrou no “reino da utopia” depois da queda do Muro de Berlim. Parece que agora a polarização crescente é entre países pobres e países ricos. O *Informe sobre o Desenvolvimento Humano* de 1999 indica que dois terços da humanidade não têm se beneficiado do novo modelo econômico, baseado na expansão do comércio internacional e do desenvolvimento de novas tecnologias, e estão excluídos de participar da Sociedade da Informação (UNDP 1999). No *World Economic Outlook* de 1997, o Fundo Monetário Internacional afirma que:

“Dito em termos simples, durante os últimos 30 anos a grande maioria dos países em desenvolvimento (...) tem se mantido no mais baixo patamar de ingresso ou caiu de uma posição relativamente mais alta. Mais ainda: agora ainda há menos países em desenvolvimento ascendendo socialmente e a mobilidade ascendente parece ter diminuído com o tempo. Enquanto durante o período de 1965-1975 havia certa tendência de que os países se movessem até níveis mais altos e progredissem relativamente em relação às economias avançadas, as forças dessa polarização parecem ter se tornado mais fortes desde os inícios dos anos 80”. (IMF 1997:78).

Por outro lado, um informe do Sistema Econômico Latino-americano

(SELA 1999) indica que no Hemisfério Ocidental a situação é somente um pouco menos dramática que em nível mundial: há dois países de economias muito avançadas – Estados Unidos e Canadá, que em 1995 apresentavam Produto Nacional Bruto (PNB) de U\$S 26.890 e U\$S 19.380 mil, respectivamente. Os países da América Latina e o Caribe, todos em “desenvolvimento”, com Produto Nacional Bruto per capita médio de U\$ 3.320. Considerando-se os extremos, destaca-se que os Estados Unidos possuem PNB per capita de 108 vezes superior ao do Haiti (U\$S 250).

No interior dos países também têm sido geradas e agravadas as desigualdades. Somente um indicador sobre a América Latina: a Comissão Econômica para a América Latina das Nações Unidas (CEPAL 1998) calculava que em 1997, 36% dos lares latino-americanos estavam abaixo da linha de pobreza (54% nas zonas rurais). O *ranking* reunia desde o Uruguai com somente 6% (outros países com uma proporção baixa: Costa Rica e Chile com 20%), até Honduras com 74% de sua população abaixo da linha de pobreza, El Salvador com 48%, Bolívia com 47% e México com 43%.

A desigualdade mundial de riquezas e do acesso da população aos benefícios do progresso se reflete na ineficiência do desenvolvimento das indústrias culturais e nos diferentes acessos dos cidadãos a estas fontes de entretenimento, informação e educação. Recente pesquisa da UNESCO (2000b) sobre as indústrias cinematográficas nacionais mostra que a capacidade de produção cinematográfica tem uma alta correlação com diversos indicadores de desenvolvimento, como o produto nacional bruto e a urbanização, assim como com outros meios, tanto em termos de possibilidades de produção como de recepção. Apesar de a China (incluindo Hong Kong), Índia e Filipinas estarem entre os maiores produtores de filme do mundo, os Estados Unidos dão conta de 85% do comércio mundial cinematográfico registrado na pesquisa (ibid.). Em relação ao acesso às novas tecnologias, vejamos: dados recentes da OCDE (2000) indicam que em 1999 Canadá e Estados Unidos reuniam 55,9% dos usuários da internet no mundo. A Europa possuía quase uma quarta parte (23,5%); Ásia-Pacífico, 16,7%. A América Latina contava apenas com 2,6% dos usuários, numa posição melhor que a África (0,9%) ou o Oriente Médio (0,4%). O *Inventário de Meios de Comunicação na América Latina* realizado pela CIESPAL há dez anos revela uma alta concentração no acesso aos meios, de acordo com os níveis de desenvolvimento dos países. Assim, Brasil e México possuíam

mais da metade dos jornais e das estações de rádio e de televisão do subcontinente (López Arjona, 1993).

A desigualdade no desenvolvimento das indústrias culturais, por sua vez, se reflete nos fluxos e intercâmbios internacionais. O comércio dos produtos culturais tem crescido exponencialmente. Entre 1980 e 1998, o valor anual do comércio de bens culturais passou de US\$ 95,340 milhões para US\$ 387,927 milhões (UNESCO 2000). No entanto, a maior parte desses intercâmbios ocorre entre um número pequeno de países: em 1990, Japão, Estados Unidos, Alemanha e Inglaterra reuniam 55.4% das exportações mundiais. França, Estados Unidos, Alemanha e Inglaterra importavam 47% do total mundial. Em 1998, a China se juntava ao grupo, formando os chamados “cinco novos grandes”, que concentravam 53% das exportações e 57% das importações (ibid.).

Estudo sobre a indústria audiovisual ibero-americana (América Latina, mais Espanha e Portugal) mostra que cinco empresas concentravam quase 90% das exportações de cinema, vídeo e televisão: Televisa, Rede Globo, Venevisión, Rádio Caracas TV e RTVE. As exportações da Televisa representavam quase 50% do total. Não obstante, as vendas dos programas ao exterior constituem, entretanto, uma porcentagem pequena da receita destas companhias (MR & C 1998). Ainda assim, o gigante mexicano de mídia tem incrementado suas vendas ao exterior nos últimos anos. Segundo os informativos anuais da Televisa, suas vendas líquidas ao estrangeiro evoluíram dos 9,9% em 1993 para 17,6% em 1997. E 75,3% dos valores de suas exportações e 97% de suas importações em 1997 originaram-se dos Estados Unidos (Televisa, 1998). A alta proporção de exportações aos Estados Unidos se explica em virtude da forma diferencial em que se estabelecem os preços dos programas televisivos no mercado internacional, em termos do “poder aquisitivo” de cada país. Para dar um exemplo, em 1990 o Centro e o Sul da América compraram 71% das horas de programas que Televisa exportou, mas isto representou somente 37% da entrada de capital. Os Estados Unidos, por outro lado, receberam somente 9% das horas de programação e representaram 52% do capital total de vendas ao exterior.

Apesar da imagem otimista que se criou da América Latina, como já auto-suficiente no plano audiovisual (especialmente em relação às telenovelas) ou como região exportadora nata, na realidade segue sendo importadora nata. Segundo estudo da Media Research & Consultancy-Spain,

também o México, que concentrava 50% das exportações da indústria audiovisual iberoamericana em 1997, é um país deficitário: em 1996 se estimava um déficit de US\$ 158 milhões e em 1997 de US\$ 106 milhões (US\$ 2,247 milhões em toda a região) (MR& C, 1997; 1998).

Partindo de dados oficiais, calculo em 1997 o México teve um déficit de US\$ 22,7 milhões somente na balança comercial televisiva (Sánchez Ruiz, 2000). Das importações audiovisuais iberoamericanas, 87% vinham dos Estados Unidos; 6% de outros países europeus e 5% da própria região. Somente na televisão, 95% dos sinais importados via satélite (US\$ 925 milhões) e 77% dos programas (mais de US\$ 900 milhões), provinham dos Estados Unidos. Uma alta proporção de sinais importados se transmite por televisão paga, que ainda é minoria na América Latina.

Diagnóstico feito pela CIESPAL revelou que os intercâmbios entre países latino-americanos eram menos intensos do que se supõe. Do total de horas de programação importada nos 16 países incluídos na pesquisa, 62% se originavam nos Estados Unidos; dos próprios países latino-americanos provinham 30%, enquanto que da Europa e Ásia, respectivamente, 6% e 1,7% (Estrella, 1993). É claro que pouco países latino-americanos estão adquirindo maior capacidade de produção e exportação, como Brasil, México, Argentina e, em menor medida, Venezuela, Peru e Colômbia.

Se a tendência, em linhas gerais, na televisão aberta é de diminuição da programação importada dos Estados Unidos, na televisão paga, que está se expandindo rapidamente entre os segmentos altos e médios do espectro sócio-econômico latino-americano, continua sendo o de muitas importações. Por exemplo, no Chile, em 1998, na televisão aberta cerca de 40% da programação era importada, enquanto na televisão por cabo a proporção importada era de 73%. A metade deste total provinha dos Estados Unidos (Conselho Nacional de Televisão, 1999; Secretaria de Comunicação e Cultura, 1999).

Já é quase um lugar comum que o público latino-americano tenda a preferir a programação local, geralmente os esportes (futebol), telenovelas e noticiários. Mas um gênero que começa a ocupar os primeiros lugares na preferência, juntamente com os anteriores, são os filmes cinematográficos. E destes, os que mais abundam na oferta do mercado audiovisual global são os dos Estados Unidos. Segundo dados publicados pela Televisa, dos cem programas mais vistos na televisão mexicana em

1996, 46 foram filmes de Hollywood, transmitidos pelo Canal 5, que tem se especializado na programação estrangeira infantil e juvenil (Siglo 21, 1996).

A expansão e a diversificação de novas opções audiovisuais (televisão digital, todas as modalidades de TVs pagas, DVDs, etc), facilitadas pela digitalização, estão trazendo novas demandas de produtos culturais audiovisuais. Os países latino-americanos devem desenvolver capacidade para cobrir uma parte importante dessa demanda com o seu próprio mercado interno, a fim de não ter que cobri-la principalmente nos mercados externos. Para gerar tal competitividade externa, é necessário criar um ambiente competitivo interno. Mas a convergência que vem ocorrendo entre as tecnologias de informação, das telecomunicações e os meios audiovisuais, por sua vez, está trazendo outro tipo de convergência, na forma das grandes fusões, aquisições e alianças estratégicas entre corporações (por exemplo, as empresas de telecomunicações se unem com as de televisão, para oferecer serviços de Internet, TV por cabo, telefonia e entretenimento, entre outras possibilidades).

A alta concentração em poucas empresas da produção e posterior circulação, junto com a disparidade nos fluxos e intercâmbios internacionais de produtos culturais, limitam a diversidade e a pluralidade das manifestações culturais. Por exemplo, nos países ibero-americanos um estudo das principais empresas de televisão aberta por nível de investimento mostra que as dez maiores concentram 70% do total de faturamento do setor. Já vimos que cinco empresas concentravam 90% das exportações em 1997 (MR&C, 1998).

Os produtos culturais não são somente mercadorias para serem consumidas em curto ou médio prazo (como “bens duráveis” ou “não duráveis”). Os bens e serviços da indústria cultural são, além de mercadorias, propostas de sentido sobre o mundo que nos rodeia; constituem propostas de definição sobre quem somos (e quem não somos – identidade e austeridade); os conteúdos simbólicos dos produtos culturais propõem socialmente – e às vezes impõem – padrões estéticos – o que é o belo e o que não belo; propõem pautas éticas e contribuem para configurar a moral social prevalecente (“correto/incorreto”, o “normal/anormal”, o próprio e o impróprio, o próprio e o alheio...). Estes bens simbólicos propõem representações sobre os diversos níveis de possíveis “comunidades imaginárias”, desde o local até o “global”. Ou seja, desde as identida-

des do bairro, passando pelas identificações com o nacional ou com “não-local”, transnacional (García Canclini, 1999). Podem ser portadoras simbólicas das novas utopias sócio-históricas (possíveis mundos). São universos simbólicos ligados às comunidades que os produzem e às coletividades afins que são conectados a elas. Mas também, e principalmente, os produtos culturais são dispositivos significativos que podem mostrar a grande diversidade, pluralidade e riqueza das manifestações culturais (no sentido mais amplo: linguagens, músicas, costumes, vestimentas, culinárias, etc) que existem no mundo.

As indústrias culturais não podem ser deixadas sem mais nem menos em “mãos invisíveis”, mas cegas e insensíveis, do mercado. Isto não significa regressar aos esquemas estatais e intervencionistas do passado, mas simplesmente que o Estado, como representante legítimo de quem povoa uma nação, pode **regular** ou **orientar** as forças cegas da oferta e da demanda. Se um governo é eleito democraticamente e opera com plena transparência, seus objetivos e formas de operação efetivamente representam o interesse comum. Não se trata, então, de “apostar” pelo mercado ou pelo Estado. A oferta e a demanda são feitas de forças cegas que, não há dúvida, efetivamente exercem pressões estruturais sobre os ciclos de produção, distribuição e consumo de produtos culturais. Mas nem a oferta nem a demanda possuem inteligência, nem consciência própria, nem sensibilidade humana, nem “identidade cultural” ou étnica.

Convergência e concentração

Possivelmente quando isto estiver sendo lido, novas manchetes dos jornais tenham ofuscado aquelas que abriram o ano 2000: “Primeira megafusão de 2000 cria gigante de 350 bilhões de dólares. America Online assina acordo com Time Warner¹². Poucos dias depois, a mesma Time Warner anunciou que também se unira com a européia EMI¹³. No mundo se observa uma tendência, nos últimos anos, de proliferação das chamadas **megafusões**, ou de alianças estratégicas entre meios e serviços relacionados ao setor de informática e telemática. Outra faceta deste movimento se concretiza nas aquisições das empresas pequenas porém rentáveis, pelas grandes transnacionais midiáticas. Esta convergência en-

12 *El financiero*, 11 de janeiro de 2000, p. 20.

13 “Megafusão musical; Time Warner e EMI formam ‘o par perfeito’. Somaria US\$ 8 bilhões o capital anual junto”. *El financiero*, 22 de janeiro de 2000, p. 10.

tre empresas de meios e de outras áreas relacionadas, como satélites ou serviços de internet, agora chamados “multimídia”, etc, refletem por sua vez uma convergência de natureza tecnológica, que tem um centro de gravidade na digitalização. Hoje em dia já não é ficção pensar na possibilidade de receber um sinal de um filme digital interativo pela internet e gravá-lo em CD ou em DVD, que tratando-se de música é ainda mais sensível. Da mesma forma, os jornais impressos estão utilizando cada vez mais o satélite para distribuição e impressão mais rápida em diversas cidades ou na versão Web, etc. As combinações são muitas. Além das utilizações referentes ao armazenamento e à recuperação da informação “pura”, para tomada de decisões, estas tecnologias convergentes reúnem amplas possibilidades de entretenimento e educação. Assim, ao se falar sobre “caminhos de informação”, da mesma forma pode-se denominá-las “caminhos de diversão” (Tremblay, 1995), ou de educação.

Trata-se da convergência entre as telecomunicações, as indústrias culturais e as tecnologias de informação, isto é, basicamente, a capacidade de diferentes plataformas da rede para prover essencialmente os mesmos tipos de serviços ou a confluência de dispositivos de consumo tais como o telefone, a televisão e o computador pessoal. Operadoras de telecomunicações como empresas telefônicas já oferecem programação audiovisual e acesso a internet; os rádiodifusores e as televisões têm oferecido já há alguns anos serviços de transmissão de dados. Com a digitalização espera-se melhorá-los e acrescentar a interatividade. As operadoras de cabo já oferecem, também, uma série de serviços de telecomunicações, incluindo telefonia de voz e já começaram a oferecer serviços de internet de maior velocidade que a que se obtém mediante o *modem* telefônico, além de seu ramo tradicional de entretenimento audiovisual (European Commission, 1997).

Estamos, então, no limiar de uma nova era, cujo motor é a tecnologia digital. Nos casos dos meios eletrônicos, haverá consequências muito importantes: o sistema analógico, caracterizado pela escassez de frequências, está sendo substituído por um sistema novo em que estarão disponíveis inúmeras emissoras de rádio e de televisão digitais. Aumentará a interatividade e os espectadores poderão solicitar e inclusive organizar as programações que lhes interessarem. Será oferecido ao espectador todo um conjunto de novos serviços, tais como televidas, serviços financeiros, correio eletrônico e acesso à internet. Assistiremos nos próximos anos a uma verdadeira explosão de oferta e demanda de

conteúdos audiovisuais. E como se cobrirá a nova demanda audiovisual que tais novas tecnologias gerarão em nossa nação? O México, por exemplo, é um país “exportador”, o mais importante de fala hispana, de produtos audiovisuais, especificamente de programas de televisão. Mas pela estrutura altamente oligopólica que tem caracterizado tanto a televisão, como crescentemente o cinema mexicano, na realidade este país não conta com um setor audiovisual propriamente e sim com uma empresa produtora importante, tanto de televisão como de cinema, mas que temo seja insuficiente para cobrir as necessidades crescentes de produção e consumo culturais. O setor de produção audiovisual já se encontra altamente concentrado e a partir da convergência tecnológica pode ser que, se não se exercerem políticas adequadas que propiciem a concorrência, ocorra um processo de maior concentração. Duas empresas que tradicionalmente têm operado em condições praticamente monopólicas, como Telmex e Televisa, implantaram seus respectivos portais na internet dirigidos tanto para o México quanto para o resto da América Latina. A Telmex o fez em associação estratégica com a Microsoft, enquanto a Televisa havia começado a operar o seu portal sem sócios. Mas no momento de escrever este artigo pode-se ler no jornal: “Os especialistas consideram que está muito próxima a possibilidade de o portal da Telmex e da Microsoft se unir ao da Televisa”¹⁴. As duas empresas já são sócias na Cablevisión, que oferece serviço de televisão por cabo na cidade do México. A Televisa possui 51% das ações e a Telmex os 49% restantes. Vemos, então, que as possibilidades para a convergência tecnológica também possibilitam as fusões e aquisições entre os gigantes dos setores envolvidos.

Um “produto televisivo” central é o próprio cinema. Na televisão aberta, pouco mais de 20% do tempo da programação são ocupados por filmes cinematográficos (o primeiro lugar na oferta) (Estrella, 1992; Sánchez Ruiz, 1997). Certamente, no caso do México 60% do total de longametragens são dos Estados Unidos, proporção que no horário de maior audiência chega a 75%, enquanto o produto mexicano passa de 40% a 20% no horário de maior audiência. Nas novas modalidades de televisão por assinatura, os longa-metragens aumentam sua presença a

14 *El Financiero*, 24 de abril de 2000, p. 40: “Avança a consolidação do mercado de portais na Internet. Analistas advertem sobre a competição destrutiva.”

mais da metade (80% do total são procedentes dos Estados Unidos). Na atualidade, a maior proporção do cinema mexicano que se vê na televisão é de filmes velhos, muitos deles clássicos em preto e branco de Pedro Infante ou de Cantinflas. Na medida em que a cada ano estão sendo produzidos menos filmes, os acervos vão diminuindo e com o tempo irão ser superados pelos filmes importados, principalmente hollywoodianos, como já ocorre nos cinemas (Sánchez Ruiz, 1997; 1998). Novamente, uma ou duas empresas produtoras eventualmente não poderão competir com a avalanche de oferta – e demanda – audiovisual nos mercados mundiais, o que está fazendo com que outros governos se dêem conta das novas condições e estabeleçam políticas que tenho chamado de “neoprotecionistas”, como as do Canadá, que “protegem” e **promovem** a formação e consolidação do setor audiovisual competitivo no país e nos mercados de exportação. Políticas similares seguem os 15 países que formam a União Européia, os mesmos que incluem os principais produtores audiovisuais da Europa, como Alemanha, Inglaterra, França, Itália e Espanha. Os governos europeus têm se dado conta de que o setor audiovisual é muito importante para ser deixado nas “mãos invisíveis” das forças do mercado. (European Audiovisual Observatory, 2000). Diz um documento da União Européia:

Não se deve subestimar a importância da indústria audiovisual. Para a grande maioria dos europeus é a principal fonte de informação, não somente do que se passa no mundo como também da natureza desse mundo. Desempenha um papel fundamental no desenvolvimento e na transmissão dos valores sociais e influi não somente no que os cidadãos vêem mas também em como entendem o que vêem. É a principal fonte de lazer e cultura. É evidente, portanto, a importância capital desta indústria para qualquer sociedade. Mas também é evidente que há uma proporção majoritária de produções importadas no mercado audiovisual europeu (Oreja, 1998: 5).

É importante mencionar que os planejamentos em que se baseiam as políticas “neoprotecionistas” a que faço referência provêm de investimento fundamental de pesquisa, que as comissões governamentais ou inter-governamentais contratam ou fazem convênio, como no caso da União Européia, com universidades ou instituições privadas.

Mesmo que em alguns países se impulsione algum grau de desenvolvimento propriamente tecnológico é importante que na América Latina se reconheça a necessidade estratégica de desenvolvimento do

que se tem denominado “indústrias de conteúdo”¹⁵ (D’Souza et al, 1997). São sugeridas, inclusive, políticas regionais de fomento a “parques culturais”. (Zallo et al, 1995), assim como existem “parques industriais”. Frente à convergência tecnológica, é possível pensar que um mesmo “conteúdo” possa ser veiculado por diferentes plataformas: um filme pode acrescentar às suas vias tradicionais de exibição (salas de cinema, televisão aberta e por assinatura, além do vídeo) os novos suportes, como vídeo disco digital (DVD), internet, além do que pelos serviços da televisão paga será possível distribuir estes serviços audiovisuais com maior flexibilidade.

Há aqui uma série de objetos para as políticas públicas com relação aos setores envolvidos, em nosso país [N. do T.: México], mas também para pesquisa social e comunicativa. Somente partindo de informações verdadeiras e rigorosas e de marcos analíticos complexos e críticos poderão tais políticas operar a favor de que os desenvolvimentos tecnológicos e institucionais beneficiem as maiorias desprovidas e marginalizadas pelo próprio processo “globalizador” do capitalismo voraz e excludente.

Um aspecto importante a lembrar é que as dimensões da matéria sócio-histórica não estão isoladas umas das outras. Assim, não se pode separar a discussão de, por exemplo, a competitividade das indústrias culturais em relação à tão traída e sofrida “transição democrática”. Como já mencionei antes, uma empresa por muito poderosa que seja não pode constituir todo um setor industrial. No México neoliberal de hoje parece haver, implicitamente, a opção de apoiar o grupo líder do setor audiovisual, sem permitir que se gerem mais opções competitivas, na medida em que tal grupo tem convencido a todos no país, e fora dele, de que é a única opção para que o México possa seguir sendo um exportador audiovisual importante (ainda que já tenhamos comprovado com informação empírica que isto é uma falácia). Mas se supõe que a política audiovisual buscaria, além da competitividade internacional, “contribuir para o alcance de um pluralismo autêntico e de um amplo compromisso democrático...” (Schlesinger, 1995: 18). Voltando à União Européia, o analista inglês Philip Schlesinger, que claramente tem se interessado pela América Lati-

15 O que se refere a todo tipo de *software*, como o de computação, multimídia etc, mas também incluindo desenvolvimentos no setor audiovisual, por exemplo.

na, comenta:

Se poderia pensar que, ao fomentar a concentração da propriedade nos setores de comunicação e de telecomunicações, se daria uma resposta aos nossos problemas de competição com os EUA; não obstante, ao se apostar, como se diz, no *caballo vencedor*, se poderiam ocasionar novas dificuldades, na medida em que afeta a possibilidade de construir uma cultura política democrática. Em outras palavras, existem valores contraditórios que devem ser reconciliados (ibid).

Para nós, no México, nos parece normal, ou natural, que uma ou duas empresas produzam ou distribuam todo tipo de mensagens televisivas. Praticamente desde o início da televisão nos EUA se legislou para que as empresas emissoras, as grandes redes ou cadeias retransmissoras de sinais, não produzissem mais do que programas informativos, e que tudo de ficção fosse comprado de empresas independentes, o que propiciou o desenvolvimento descentralizado de setor de produção de ficção televisiva – as mini-séries, comédias, etc – em torno de Hollywood. Hoje sabemos que produzem televisão os sete grandes estúdios californianos, que se agrupam na Motion Picture Association of America (MPAA), e ao redor de 130 pequenos e médios estúdios da American Film Marketing Association (AFMA), que respondem por cerca da metade das exportações audiovisuais dos EUA¹⁶. E nós, no México, nos sentimos felizes porque a TV Azteca já quer começar a competir com a Televisa na produção e nas exportações! Não somente estamos falando de economia (monopólio versus competência) ou de política (controle monopolizado dos recursos do poder), mas também de cultura política. Oxalá o futuro me contradiga, mas minhas hipóteses – e temor – são que a longo prazo não venhamos a ser suficientemente competitivos nos mercados internacionais, enquanto não se proporcionar a concorrência ampla dentro do país, como se tenta fazer no Canadá, Europa e em outros lugares do planeta. E isto não vai acontecer enquanto não se modificar a mentalidade predominante no México, que me parece uma cultura política autoritária, muito afinada com o monopólio de qualquer tipo. Mas ainda estas hipóteses devem corejadas com a realidade através da pesquisa, nas condições particulares e concretas de cada um de nossos países.

16 Seguramente, tudo isto já estará mudando com as alterações que foram feitas em 1996, ao "Telecommunications Act".

O dilema continua sendo, como sempre, entre a concentração e a exclusão e a participação social. Temos diante de nós um objetivo político, mas também acadêmico. Há muito trabalho adiante na investigação histórica e comparativa, que pode nos ajudar a derrubar mitos e ídolos como o de que somente há uma forma para entrarmos no neoliberalismo e na globalização: privilegiando e favorecendo grupos altamente concentrados e centralizados e articulando-nos subordinadamente a um país, a um bloco, sem levar em conta as necessidades dos numerosos grupos sociais e étnicos que formam historicamente estas realidades tão ricas e múltiplas que constituem a América Latina, mas que estão terrivelmente esquecidas pela globalização e suas convergências.

O mundo "globalizado" e altamente interdependente (ainda que de maneira assimétrica) não tem conseguido apagar as nações, nem os estados-nações. Excessivamente limitados, em especial no que se refere a políticas econômicas, os governos continuam sendo atores centrais no interior de cada nação e no campo internacional. Ainda que reduzida, a soberania nacional existe e se exerce. Os países como entidades geopolíticas, geoeconômicas e "geoculturais" seguem tendo interesses nacionais frente a outras nações e aos novos poderes trans e multinacionais. A nacionalidade continua sendo uma referência simbólica-espacial significativa para a imensa maioria da população da maioria dos países. Se for o caso da democracia ter avançado no mundo, e em particular na América Latina, durante as últimas décadas, então os governos são representantes legítimos dos interesses nacionais em cada caso. Assim, é legítimo que exerçam políticas públicas para se fazerem competitivas e eficientes, plurais e diversificadas, as indústrias culturais.

Existem mostras de que certas políticas de apoio às indústrias culturais, em particular as do setor audiovisual, ajudam ao desenvolvimento das mesmas. Por exemplo, as indústrias cinematográficas da Argentina e do Brasil têm despontado graças ao impacto de novas leis de fomento. De acordo com os resultados do programa de pesquisa Euroficción, está ocorrendo um processo de reconquista das televisões européias por parte dos programas de ficção locais, que estão sendo produzidos graças aos programas de apoio audiovisual implementados pela União Européia (Buonano, 1999). Algo similar estaria ocorrendo com a cinematografia européia, segundo o Observatório Europeu de Audiovisual. Até o governo chileno, que tem se caracterizado por instrumentalizar políticas econômicas neoliberais ortodoxas, está es-

tudando, através do seu Ministério de Educação e Cultura possíveis formas de apoiar o setor audiovisual, diante da sua situação de subordinação ao exterior (Secretaria de Comunicação e Cultura, 1999). As exportações canadenses de produtos culturais têm se duplicado nos últimos anos, em parte graças às políticas públicas que, mais do que “proteger” o setor, buscam promovê-lo e desenvolvê-lo (SAGIT, 1999).

Com a convergência entre as telecomunicações, as tecnologias de informação e os meios de comunicação, está ocorrendo (em nível nacional e global) uma intensificação do processo de concentração das empresas com integrações verticais e horizontais de *hardware* e *software*, das redes e conteúdos. Tal convergência industrial, com tendência à concentração e à centralização do capital, tem implicações políticas em termos de se constituir um obstáculo potencial para a pluralidade e a democracia. Já passaram e foram superados os anos de estatização e intervenção autoritária dos anos 70. A partir da perspectiva de salvaguardar a diversidade cultural e o pluralismo político, a competência e a competitividade das empresas particulares, os governos democráticos legítimos da região deveriam repensar seriamente, a partir de um plano nacional e regional (ou sub-regional), a situação de suas indústrias culturais. Dados os desequilíbrios econômicos, desigualdades e assimetrias que prevalecem no setor, deveriam exercer políticas que impulsionassem o desenvolvimento cultural mais saudável, diversificado e equilibrado.

Bibliografia

- BOLAÑO, Cesar Ricardo (1995) “Economía política, globalización y comunicación”, en Nueva Sociedad, Num. 140, Nov.-Dic.
- BONET, Lluís (2000) “La Producción y el Mercado Audiovisual Iberoamericano Frente a los retos de la Mundialización, en Diálogos de la Comunicación,” No. 57, March (Lima, Perú).
- BRAUDEL, Fernand (1980) On History. Chicago: The University of Chicago Press.
- BRAUDEL, Fernand (1984) La historia y las ciencias sociales. México: Alianza Editorial.
- BRAUDEL, Fernand (1991) Las civilizaciones actuales. Estudio de historia económica y social. México: REI.

- BUONANO, Milly (1999) Eurofiction. Television Fiction in Europe. Report 1999. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory.
- CALVA, José Luis (1995) “Prólogo”, en J.L. Calva (coord.) Globalización y bloques económicos. Realidades y Mitos. México: Juan Pablos/PEDEI-UAP/U. de G.
- CALVA, José Luis (coord.) (1995b) Globalización y Bloques Económicos. Realidades y mitos. México: Juan Pablos/CUCSH-U. de G/PEDEI-UAP.
- CASTELLS, Manuel (1999a) La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red. México: Siglo XXI.
- CASTELLS, Manuel (1999b) La era de la información. Economía, sociedad y cultura (3 Vols.). México: Siglo XXI.
- CEPAL (1998) Panorama Social de América Latina. Santiago de Chile: Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- CEPAL (2000) La inversión Extranjera en América Latina y el Caribe. Informe 1999. Santiago de Chile: Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (1999) “Informe Estadístico. Televisión de Libre Recepción. Agosto/Octubre 1996-1998”. Santiago de Chile: Consejo Nacional de Televisión, Departamento de Supervisión, Estudio y Fomento.
- ESTRELLA, Mauricio (1993) Programación Televisiva y Radiofónica. Análisis de lo que se difunde en América Latina y El Caribe. Quito: CIESPAL.
- EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2000). “The trend of Admissions’ Growth Survives to Titanic. The film Market in the European Union”. Strasbourg: European Audiovisual Observatory Press Release, in Cannes Film Festival 2000.
- EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2000) European films on European televisions. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- EUROPEAN COMMISSION (1997) Green paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sectors, and the implications for regulation. Bruselas: Comisión Europea. 3 de Diciembre, 1997.

- FERGUSON, Marjorie (1993) "Globalisation of cultural industries: Myths & realities", en Marcus Breen (ed.) *Cultural industries: National policies and global markets*. Melbourne: CIRCIT.
- FERRER, Aldo (1999) *De Cristóbal Colón a Internet: América Latina y la globalización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- FOSSAERT, Robert (1994) *El mundo en el Siglo XXI. Una teoría de los sistemas mundiales*. México: Siglo XXI.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1996) "Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México", en N. García Canclini (coord.) *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas: Nueva Sociedad, p. 17.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999) *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- GELLNER, Ernest: (1998) *Cultura, identidad y política. El nacionalismo y los nuevos cambios sociales*. Barcelona, Gedisa Editorial.
- GENDREAU, Mónica y Gilberto Giménez (1998) "Between Popocatépetl and Brooklyn... Migration and mass media effects on regional identity in Atlixco, Puebla, México", ponencia presentada en "Mexican migrants in New York and Mexico", The Mexican Cultural Institute of New York / Columbia University International Center for Migration. Nueva York, Octubre 16-17.
- GIDDENS, Anthony (1984) *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*. Berkeley: University of California Press.
- GONZÁLEZ CASANOVA, Pablo y John Saxe-Fernández (coords.) (1996) *El mundo actual: Situación y perspectivas*. México: Siglo XXI/ CIICH-UNAM.
- IANNI, Octavio (1974) *Sociología del imperialismo*. México: SepSetentas. Secretaría de Educación Pública.
- IANNI, Octavio (1993) *A Sociedade Global*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.
- IANNI, Octavio (1996) *Teorías de la Globalización*. México: Siglo XXI/UNAM.
- IMF (1997) *World Economic Outlook*. Washington: International Monetary Fund. Mayo.
- IMF (2000) *World Economic Outlook. Asset Prices and the Business Cycle*. Washington: International Monetary Fund. Mayo.
- INGLEHART, Ronald, Miguel Basañez y Neil Nevitte (1994) *Convergencia en Norteamérica: Comercio, política y cultura*. México: Siglo XXI / Este País.
- JACKA, Elizabeth (ed.) (1992) *Continental shift. Globalization and culture*. Newtown (Australia): Local Consumption Publications.
- LANGE André (1999) "Trends in the world film market", en European Audiovisual Observatory (1999) *Focus. World Market Tendencies*, Strassburgo, European Audiovisual Observatory.
- LÓPEZ Arjona, Ana (1993) *Inventario de Medios de Comunicación en América Latina*. Quito: CIESPAL.
- MATTELART, Armand (1993) *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid: Fundesco.
- MC&R (1997) *La Industria Audiovisual Iberoamericana: Datos de sus Principales mercados. 1997*. Madrid: Media Research and Consultancy-Spain.
- MC&R (1998) *La Industria Audiovisual Iberoamericana: Datos de sus Principales mercados. 1998*. Madrid: Media Research and Consultancy-Spain.
- MOWLANA, Hamid (1996) *Global communication in transition. The end of diversity?* Thousand Oaks, Ca (E.U.): SAGE Publications.
- NEGRINE, R. y S. Papathanassopoulos (1991) "The internationalization of television", en *European Journal of Communication*, Vol. 6, Núm. 1, Marzo.
- OCHOA, L. (ed.) (1995) *Conquista, transculturación y mestizaje. Raíz y origen de México*. México: UNAM.
- OMAN, Charles (1994) *Globalisation and regionalisation: The challenge for developing countries*. París: OECD/OCDE.
- OREJA, Marcelino (1998) "Chairman's message" en *The digital age: European audiovisual policy. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy*. Bruselas: European Commission.
- ORTIZ, Renato (1994) *Mundialização e cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- ORTIZ, Renato et al (1995) *Comunicación y ciudadanía: Los medios*,

- nuevas plazas para la democracia. Lima: Calandria, Asociación de Comunicadores Sociales.
- PALLOIS, Christian (1977a) "The self-expansion of capital on a world scale", en *The Review of Radical Political Economics*, Vol. 9, Num. 2, Verano.
- PALLOIS, Christian (1977b) *Las firmas multinacionales y el proceso de internacionalización*. México: Siglo XXI.
- SAGIT (1999) "New Strategies for Culture and Trade. Canadian Culture in a Global World". Ottawa: Department of Foreign Affairs and International Trade. Informe del Cultural Industries Sectoral Advisory Group on International Trade (SAGIT).
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1992) *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- SÁNCHEZ RUIZ, E.E. (1996a) "El nuevo carácter de la dependencia: La globalización y el espacio audiovisual", en G. Orozco (coord.) *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Universidad Iberoamericana.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1996b) "Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México", en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 27, Mayo-Agosto.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1998) "El cine mexicano y la globalización: Contracción, concentración e intercambio desigual", en J. Burton-Carvajal, P. Torres y A. Miquel (comps.) *Horizontes del Segundo Siglo. Investigación y Pedagogía del Cine Mexicano, Latinoamericano y Chicano*. México: U. de G./Instituto Mexicano de Cinematografía.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1998b) "Industrias culturales y libre comercio. México, Canadá y la Unión Europea: Hacia un análisis comparativo de políticas de comunicación". Ponencia presentada en el Congreso LASA '98, de la Latin American Studies Association, Chicago, Ill., Septiembre.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1999) "O cinema no Mexico: Globalização, concentração e contração de uma indústria cultural", en *Estudos de Sociologia*, Año 3, Núm. 6, Primer Semestre (Araraquara, S.P., Brasil).
- SÁNCHEZ RUIZ, ENRIQUE E. (1999) "La Televisión Mexicana: ¿Globalización exitosa?", ie *Voces y Culturas*, No. 14 (Barcelona, España) Segundo Semestre.
- SÁNCHEZ RUIZ, ENRIQUE E. (2000) "La Industria Audiovisual Mexicana ante el TLC. Radiografía de Flujos Desiguales", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Vol. 12, No. 61, Jan.-Feb.
- SAXE-FERNÁNDEZ, John (1999) "Globalización e imperialismo", en J. Saxe-Fernández (coord.) *Globalización: Crítica a un paradigma*. México: Plaza y Janés / UNAM.
- SCARLATO, F.C. et al (orgs.) (1994) *O novo mapa do mundo. Globalização e espaço Latino-Americano*. São Paulo: ucitec/ANPUR.
- SCHLESINGER, Philip (1995) "¿Debemos preocuparnos por Norteamérica?", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.
- SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA (1999) *Exportación en la Televisión Chilena*. Santiago de Chile: Secretaría de Comunicación y Cultura, Departamento de Estudios. Reseña 36, Agosto 1999.
- SELA (1997) *El Tratamiento de las Asimetrías en los Procesos de Integración Regionales y Subregionales*. Caracas: Sistema Económico Latinoamericano (SP/DD/Di6).
- SELA (1999) *Guía de la Integración de América Latina y el Caribe 1999*. Caracas. Sistema Económico Latinoamericano / UNESCO.
- SINCLAIR, John (1999) *Latin American Television. A global view*. Oxford: Oxford University Press.
- SINCLAIR, J., E. Jacka y S. Cunningham (eds.) (1996) *New patterns in global television*. Oxford: Oxford University Press.
- STRAUBHAAR, Joseph (1997b) "From national to regional cultures. The five cultures and television markets of NAFTA", ponencia presentada en el Primer Encuentro NAFTA/Mercosur de Ciencias de la Comunicación, Santos, Sao Paulo, Brasil, Septiembre de 1997.
- STRAUBHAAR, Joseph D. (1997a) "World television: from global to local", Povo, Utah, Brigham Young University, Department of Communications, Raynond E. and IdaLee Beckham Annual Lecture in Communications.

- SUNKEL, Oswaldo y Edmundo Fuenzalida (1979) "Transnationalization and its national consequences", en José J. Villamil (ed.) *Transnational capitalism and national development*. Sussex: The Harvester Press.
- TELEVISA (1998) Informe Anual 1997. México: Grupo Televisa. http://www.televisa.com.mx/info97/e_on22.html (20/08/98).
- TREMBLAY, Gaëtan (1995) "Las autopistas de la diversión en Canadá", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.
- UNDP (1999) 1999 Human Development Report. New York: Oxford University Press
- UNESCO (2000a) *Culture, Trade and Globalisation. Questions and Answers*. Paris: UNESCO, Division of Creativity, Cultural Industries and Copyright.
- UNESCO (2000b) *A Survey on National Cinematography*. http://mirror-us.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/survey.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1976) *The Modern World-System*. Nueva York: Academic Press.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1979) *The capitalist world-economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1984) *The Politics of the World-Economy. The States, The Movements and the Civilizations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1990) "Culture as the ideological battleground of the Modern World-System", en Mike Featherstone (ed.) *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres: Sage Publications.
- WILKINSON, Kenton T. (1995) *Where culture, language and communication converge: The Latin American cultural-linguistic television markets*. Austin: The University of Texas at Austin, Tesis doctoral.
- ZALLO, Ramón, et al (1995) "Los parques culturales en Europa", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.

WebTV, teleTV e a convergência anunciada.

*Sérgio Capparelli, Murilo César Ramos e Suzy dos Santos**

Resumo:

O trabalho pretende mapear as mudanças estruturais que estão ocorrendo na televisão, a partir da sua relação triangular com as telecomunicações e com a Internet, no sentido de uma convergência nesta mídias. Analisam-se – em termos globais e, quando possível, locais – as movimentações das indústrias de telecomunicações, a reestruturação dos espaços econômicos (globalização e concentração) e a adaptação dos modelos reguladores à realidade de mercado.

Palavras-chave: convergência, televisão, Internet

Resumen

El trabajo se propone detectar los cambios estructurales que están ocurriendo en la televisión, a partir de su relación triangular con las telecomunicaciones y con la Internet, en el sentido de una convergencia en estos medios de comunicación. Se analizan – en términos globales y cuando posible, locales – la movilización de las industrias de telecomunicación, la reestructuración de los espacios económicos (globalización y concentración) y la adaptación de los modelos reguladores a la realidad de mercado.

Palabras clave: convergencia, televisión, internet.

Abstract

The article intends to draw a map of television's present process of changes, and cover the media convergence involving TV, the telecommunications industry and the Internet. The text analyzes the way the telecommunications industry moves around the world, the new structures of the economic sector (globalization and concentration) and the regulatory model adaptation to the market.

Keywords: convergence, television, Internet

* Sérgio Capparelli é professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Murilo César Ramos é professor da UnB e Suzy dos Santos é bolsista do CNPq, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.