



**Revista Electrónica Internacional de Economía de las  
Tecnologías de la Información y de la Comunicación.**

**Volumen II Numero 2, Julio a Agosto de 2000**

**<http://www.eptic.he.com.br>**

**Sumario**

**--- AUTORES ---**

**Giuseppe Richeri**

**Alain Herscovici**

**Enrique Sánchez**

**Abraham Sicsú**

**Lúcia Melo**

**César Bolaño**

**Ricardo Lacerda**

**Ancízar Montoya**

**Dean Lee**

**Gustavo Gindre**

## SUMÁRIO

### **2 Expediente**

### **3 Presentación**

#### **Artículos**

---

#### **4 La programmazione delle piattaforme digitali e le prospettive dell'industria audiovisiva**

*Giuseppe Richeri*

#### **23 A sociedade em redes e a universalização do mercado: elementos de análise.**

*Alain Herscovici*

#### **41 Las industrias culturales latinoamericanas en tiempos de la globalización.**

*Enrique E. Sánchez Ruiz*

#### **Caderno Central: Tecnologias de la Información y de la Comunicación y la Cuestión Regional.**

---

#### **53 Sociedade do Conhecimento: Integração Nacional ou Exclusão Social?**

*Abraham Benzaquen Sicsú  
Lúcia Carvalho P. de Melo*

#### **63 As Tecnologias da Informação e da Comunicação e o Desenvolvimento Regional**

*César Ricardo Siqueira Bolaño  
Ricardo Oliveira Lacerda de Melo*

#### **83 Industria Cultural, empleo y región**

*Ancízar Narváez Montoya*

#### **112 Tecnologia e Mudança Espacial**

*Dean Lee Hansen*

#### **Debate**

---

#### **135 O papel das comunicações nas Sociedades de Crise**

*Gustavo Gindre Monteiro Soares  
Alain Hescovici*

#### **Reseña**

---

#### **165 Livro Verde da Sociedade da Informação no Brasil (Socinfo).**

*por César Bolaño*

## EXPEDIENTE

Revista Electrónica Internacional de Economía de las  
Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

Volumen II Numero 2, Julio a Agosto de 2000

<http://www.eptic.he.com.br>

ISSN 1518-2487

### Editor

César Bolaño (UFS - Brasil)

### Editores Asistentes

Marcos Vinicius N. G. Castaneda (UFS - Brasil)

Daniel Vasconcelos (UFS - Brasil)

### Comité Editorial

Alain Herscovici (UFES - Brasil)

Pedro Jorge Braumann (UNL - Portugal)

Guillermo Mastrini (UBA - Argentina)

Enrique Sánchez Ruiz (Un. Guadalajara - México)

Dominique Leroy (Un. Picardie - Francia)

Gaëtan Tremblay (Un. de Québec - Canada)

### Equipo de Redacción

Valério Cruz Brittos (UNISINOS - Brasil)

Elizabeth Azevêdo Souza (UFS - Brasil)

### Consejo Editorial

Ramón Zallo (Un. Pais Vasco - España)

Juan Carlos de Miguel (Un. Pais Vasco - España)

Delia Covi (UNAM - México)

Marcio Wohlers de Almeida (UNICAMP - Brasil)

Enrique Sánchez Ruiz (UG - México)

Roque Faraone (Un. de la República - Uruguay)

Enrique Bustamante (UCM - España)

Isabel Urioste (Un. Compiègne - Francia)

Jean-Guy Lacroix (Un. de Québec - Canada)

Sergio Caparelli (UFRGS - Brasil)

Othon Jambeiro (UFBA - Brasil)

Anita Simis (UNESP - Brasil)

Jorge Rubem Bitton Tapia (UNICAMP - Brasil)

Murilo César Ramos (UnB - Brasil)

Manuel Jose Lopez da Silva (UNL - Portugal)

Francisco Rui Cádima (UNL - Portugal)

Pierre Fayard (Un. Poitiers - Francia)

Giovandro Marcus Ferreira (UFES - Brasil)

Juçara Brittes (UFES - Brasil)

Abraham Sicsu (Fund. Joaquim Nabuco - Brasil)

Reynaldo R. Ferreira Jr. (UFAL - Brasil)

Marcial Murciano Martinez (UAB - España)

Joseph Straubhaar (Univ. Texas - EUA)

Peter Golding (Loughborough Univ. - UK)

Nicholas Garham (Westminster Univ. - UK)

Philip R. Schlesinger (Stirling Univ. - UK)

Graham Murdock (Loughbrough Univ. - UK)

Hans - Jürgen Michalski (Univ. Bremen - Alemanha)

Cesare G. Galvan (UFPb - Brasil)

Alain Rallet (Univ. Paris - Delfina-Francia)

Diego Portales (Univ. del Chile)

## PRESENTACION

Este número de Eptic On Line trae tres inovaciones: el cambio en la periodicidad - ya anunciado en el número anterior - un cuaderno central sobre TIC`s y Región - dentro de una reestructuración tambien anunciada anteriormente, segun la cual iremos dedicar un cuaderno en el segundo número de cada año a un tema específico, debatido a lo largo del período anterior, siendo que el próximo será sobre TIC`s y Educación - y una sección de debate. Esta última consta de un artículo de Gustavo Gindre, presentado al último congreso de la Asociación de los cursos de Posgrado en Comunicación del Brasil (Compós 2000), comentado por nuestro compañero Alain Herscovici, coordinador del GT EPTIC/INTERCOM. Se trata de un debate teórico en Economía Política de la Comunicación, que pensamos seguir desarrollando, en los próximos números de la revista.

Nuestro cuaderno central cuenta con la colaboración de autores que trabajan sobre el tema en Brasil - Lúcia Mello, Abraham Sicsú, Ricardo Lacerda, Dean Hansen y yo mismo - además de una contribución colombiana - Ancízar Narvaez. La cuestión es de particular interés en el momento en que si discuten, un poco por toda parte, programas nacionales de creación de la dicha Sociedad de la Información. La edición del Libro Verde brasileño, en este mes de agosto, es um marco latinoamericano en ese proceso. Un breve comentario encuentra en la sección de notas de lectura.

Colaboran en la sección de artículos importantes intelectuales, como Giuseppe Riccheri, Alain Herscovici y Enrique Sanchez Ruiz. A ellos y a todos los demás colaboradores del site Eptic y de la revista agradecemos.

*César Ricardo Siqueira Bolaño*  
*Editor*

## Artículos

### **La programmazione delle piattaforme digitali e le prospettive dell'industria audiovisiva**

*Giuseppe Richeri*

#### **1. Dal punto di vista dell'offerta la televisione digitale, rispetto a quella analogica crea sostanzialmente 4 tipi di nuove opportunità:**

La prima riguarda la moltiplicazione tecnica dei canali televisivi disponibili a parità di risorse trasmissive impegnate. Ciò significa per esempio che un satellite in grado di diffondere 16 distinte programmazioni televisive in forma analogica può essere usato per trasmettere tra 80 e 100 programmazioni in forma digitale a pari definizione (1), oppure che le infrastrutture necessarie a diffondere un canale televisivo terrestre via etere possono diffondere 5-6 programmazioni digitali. Il vantaggio quindi è duplice: da una parte i costi di trasmissione si riducono di cinque o sei volte, ma la stessa moltiplicazione vale per l'apparato di ricezione. Il problema è che sia l'apparato trasmittente che quello ricevente tradizionali devono essere sostituiti o integrati con appositi "adattatori" digitali. Evidentemente il discorso vale per i costi del "contenitore" ma non per quello dei "contenuti", cioè dei programmi.

La seconda opportunità riguarda l'aumento della qualità tecnica delle trasmissioni audio e video; in generale è per ora la meno rilevante (1) anche se in paesi dove l'etere è sovraffollato potrà essere particolarmente apprezzata.

La terza riguarda la possibilità di combinare rete telefonica e rete televisiva per trasformare il televisore, opportunamente integrato da un apparecchio specifico (set-top box), in un terminale d'accesso ai servizi associati a Internet: lo schermo televisivo viene usato come quello di un computer, i messaggi escono attraverso la rete telefonica ed entrano attraverso la rete televisiva; questa opportunità apre il mondo del broadcasting all'interattività a un ventaglio di possibili diversificazioni nelle attività transazionali, come il commercio elettronico e, in particolare, la compra-vendita di prodotti derivati dalla tipica

attività televisiva come le informazioni, i film, la musica e ogni altro genere di programmi a richiesta (video o music on demand );

La quarta opportunità è quella di poter affiancare ai programmi televisivi servizi Internet, quindi di personalizzare programmi concepiti per un pubblico indeterminato: in gergo si chiamano "canali-laterali" (side channel) che possiamo considerare come canali "destrutturati" o "non lineari" destinati ad offrire informazioni aggiuntive, di approfondimento, ecc.; l'esempio più immediato è quello del telespettatore che guarda una partita di calcio e può, con le procedure di Internet, chiedere nel momento desiderato informazioni sul giocatore che ha segnato (quando e quante volte ha segnato, in che squadre ha giocato, quanto è costato, ecc.), o sulla squadra, ecc. che appariranno in un riquadro dello schermo.

Le due ultime categorie rappresentano la parte più innovativa della tv digitale, quella che suscita più attese ma anche quella che probabilmente avrà un decollo più lento e che prospetta risultati più incerti. Mentre la parte trainante ed economicamente più gravosa delle piattaforme digitali riguarda la possibilità di moltiplicare l'offerta di programmi usando uno stesso "supporto" di trasmissione (rete terrestre, cavo o satellite) e di ricezione.

2. Nelle piattaforme digitali già attive e nei progetti in fase di realizzazione si possono distinguere tre diverse modi di sfruttare la maggior disponibilità di canali:

a) offrire un maggior numero di programmazioni originali a cui accedere con diverse forme di abbonamento

b) offrire gli stessi programmi in tempi diversi in modo da rendere l'accesso più flessibile come ad esempio nel caso di ritrasmissione di programmi già trasmessi nei giorni precedenti, ma in fasce orarie diverse oppure nel caso, ormai classico nella maggior parte di piattaforme digitali, in cui si ritrasmette lo stesso film ad intervalli di 10-15-30 minuti su canali diversi (near video on demand): per trasmettere 10 film, di 120 minuti ciascuno, a intervalli di 10, 15, 30 minuti si occupano rispettivamente 120, 80 o 40 canali

c) offrire la trasmissione in diretta di un evento (sportivi, musicali, ecc.) particolarmente attraente che si fa pagare soltanto da chi lo vuole vedere (pay per view).

Queste tre categorie, che rappresentano oggi e nel medio periodo i fattori trainanti della tv digitale, in realtà non portano un nuovo tipo di contenuti televisivi, ma un nuovo modo di offrire contenuti che la tv ha sempre offerto, anche se in forma più rigida, in quantità limitata con forme di finanziamento e standar qualitativi diverse.

Il modello di programmazione di una piattaforma digitale si discosta da quelli delle precedenti generazioni televisive: tv pubblica, tv commerciale e tv a pagamento tradizionali come Canal Plus in Francia e Spagna e Telepiu' in Italia. In questo caso l'offerta é costituita da un pacchetto di canali ciascuno programmato tendenzialmente con un unico genere (sport, musica, documentari, film, ecc.) o, più spesso, sottogenere televisivo (calcio, musica pop-rock, documentari su animali, film gialli, ecc.).

Mentre gli operatori televisivi della prima e seconda generazione allestiscono l'offerta autoproducendo i programmi o acquistandoli sul mercato, l'operatore della piattaforma digitale impacchetta canali messi in forma direttamente o da terzia cui garantisce una remunerazione, normalmente proporzionale al numero di abbonati.

3. Osservando l'economia della programmazione di una piattaforma digitale occorre innanzi tutto mettere in evidenza che sia la parte delle risorse investite nella programmazione, sia la quota di programmi acquistati differisce sensibilmente dalle generazioni televisive precedenti.

Secondo una ricerca realizzata dalla società Arthur Andersen per l'European Broadcasting Union (2) su 47 broadcaster di 16 paesi europei, nel 1996 la quota di introiti investiti nella programmazione é stata in media del 58%, senza distinzioni tra paesi e generazioni televisive. Ma ci sono dati piu' dettagliati:

Tipo di operatore	%introiti investiti in programmazione
tv pubblica	64%
tv commerciale	56%
tv a pagamento	40% (3)

*fonte: elaborazione su dati Arthur Andersen*

Le differenze si spiegano con le quote più elevate di investimenti delle generazioni televisive più recenti che in alcuni casi non sono ancora stati completamente ammortizzati,

con il profitto d'impresa che le tv pubbliche non hanno tra i loro obiettivi, con i costi del marketing, della gestione abbonati, ecc. esclusivi delle tv a pagamento.

La composizione dell'offerta televisiva di una piattaforma digitale, che chiamiamo tv di quarta generazione, e un modello della struttura dei costi, può essere esemplificata da BSkyB, il bouquet di canali tv a pagamento britannico controllato dalla News International di Rupert Murdoch<sup>4</sup>, che rappresenta il livello di maggior articolazione delle tv a pagamento dell'era analogica, con un esteso numero di canali e diverse tipologie di abbonamento:

Entrate e uscite di BSkyB nel 1998 (in milioni di sterline)	
Entrate	
abbonamenti tv satellite	959,1
abbonamenti cavo	230,5
pay per view analogica	15
pubblicità	193
altro	65
<b>totale</b>	<b>1.462,6</b>

Costi di programmazione	
diritti cinematografici	200
diritti sportivi	290
canali basic	88
Sky 1	59
Disney Channel	30
Sky News	26
Ppv costi	7,5
<b>totale</b>	<b>700,5</b>

Altri costi	
Gestione abbonati	100
Trasmissioni	80
Marketing	165
Amministrazione	68
<b>totale</b>	<b>413</b>

fonte: elaborazione su dati Morgan Stanley

BSkyB ha investito il 48% delle entrate nella programmazione; la programmazione ha rappresentato il 63% dei costi totali, mentre il marketing e la gestione degli abbonati hanno rappresentato il 24%, per una cifra pari rispettivamente a 300 e 495 miliardi di lire. Il margine operativo lordo ha superato mille miliardi.

BSkyB analogica non offre i servizi interattivi, i servizi di near video on demand e la pay per view (vedi punto 2) è ancora embrionale. Per il resto la sua struttura d'offerta televisiva multi-canale è molto simile a quella delle piattaforme digitali: ci sono le due

principali categorie di canali tematici: i canali premium, quelli per cui si paga un abbonamento specifico, e i canali basic per cui si paga un abbonamento a pacchetto. In genere ogni abbonamento:

a) comprende il pacchetto basic , composto da un certo numero di programmazioni originali a basso costo più un numero di canali già remunerati altrimenti come i canali televisivi terrestri in chiaro, i canali digitali tematici delle tv pubbliche o altri canali "diplomatici", ecc.;

b) può comprendere uno o più canali premium, secondo la combinazione e la tariffa prescelta, che abitualmente sono costituiti da film e sport.

4. Per larga parte degli abbonati il valore aggiunto dell'offerta di una piattaforma digitale é costituito dai canali premium: è l'offerta di film e di sport che in prevalenza spinge le famiglie ad abbonarsi, mentre i canali basic fanno da complemento e garantiscono un'offerta diversificata che può interessare diversi membri della famiglia in diverse fasce orarie.

Ora appare utile approfondire alcuni caratteri dei contenuti audiovisivi che alimentano rispettivamente i canali basic e quelli premium dal momento che essi indicano la principale direzione verso cui evolve l'industria dei programmi sotto la spinta delle piattaforme digitali.

Infatti le tv di quarta generazione producono una progressiva polarizzazione nell'industria dei programmi audiovisivi.

Da una parte le piattaforme digitali sono forti consumatrici di programmi di "gamma alta" costituiti da film recenti e di successo ed eventi sportivi, soprattutto il calcio, due generi che probabilmente, nei prossimi anni saranno sempre più richiesti, più rari e più cari. Dall'altra sono forti consumatrici di programmi di "bassa gamma" che devono rispettare parametri di costo molto stretti dal momento che fanno parte dell'offerta basic, variegata ma poco remunerativa.

Osserviamo dapprima questa seconda categoria di programmi che comporta certamente la valorizzazione di capacità e risorse in grado di contenere i costi.

Lo sviluppo delle piattaforme televisive digitali comporta la necessità di concepire una nuova generazione di prodotti audiovisivi "leggeri" destinati ad alimentare supporti a debole redditività. E' evidente che per contenere i costi non si potrà ritrasmettere in continuazione gli stessi programmi. Sarà quindi necessario proporre prodotti freschi. Ma, vista la segmentazione dei mercati, non potrà trattarsi di programmi realizzati con la quantità di risorse abituali. Prodotti che costano 100, 200, 300 milioni o un miliardo di lire appartengono a un'epoca che si allontana. Solo le reti generaliste, ma in numero ridotto, continueranno a consumare questi prodotti di lusso. Queste sono constatazioni fatte sulla traccia delle riflessioni più generali di un operatore francese del settore che, a proposito della televisione del prossimo futuro notava già nel 1997 la necessità di incrementare la produzione di prodotti molto mirati, di piccole dimensioni e di costo molto ridotto e si chiedeva:

"sarà necessario chiamarla televisione o inventare un termine per definire un tale servizio audiovisivo a metà strada tra un prodotto di un dilettante avvertito e un professionista debuttante?" e affermava: "i produttori d'oggi non sono adatti a buttarsi su un mercato di nicchia che non é in grado di generare un volume di risorse e margini di grandi dimensioni. I prodotti modesti troveranno degli sbocchi naturali in un pacchetto di programmi tematici" (5)

Sta infatti nascendo un nuovo settore della produzione audiovisiva, basato ampiamente sulla valorizzazione dei prodotti di magazzino, sul "taglia e cuci" di prodotti già ampiamente ammortizzati, su un nuovo standard produttivo in cui i costi sono drasticamente compressi e le condizioni di lavoro sono meno confortevoli: la composizione delle équipes, il riconoscimento dei ruoli professionali, i ritmi di lavoro e gli obiettivi di produttività non sono in nessun modo confrontabili con quelli tradizionali (Jezequel, 1998)

Alcuni dati aiutano a mettere meglio a fuoco la situazione. Le piattaforme digitali che operano attualmente in Italia hanno un costo medio di riferimento per la programmazione di un canale basic intorno a 10 miliardi di lire all'anno, che equivale a 27 milioni di lire al giorno per allestire 4-6 ore di programmazione quotidiana, quindi in media tra 4,5 e 6,7 milioni orari. E' difficile immaginare nella televisione tradizionale programmi originali che si possono realizzare a questi costi. C'è qualche tipo di programmazione che può reggere standar così "poveri", e qualche esempio c'è già. Ma appare difficile

apprestare decini di canali basic di questo tipo capaci di soddisfare un pubblico che ha pagato.

Su questo fronte dunque non sembrano aprirsi percorsi, come qualcuno ha creduto, per un rilancio dell'industria audiovisiva nazionale e, men che meno, per quei prodotti adatti per un mercato internazionale.

5. Ma anche sul fronte del secondo polo, quello dei canali di "gamma alta" si apre un panorama che spontaneamente non offre particolari opportunità alla crescita delle industrie audiovisive nazionali. Da una parte si intensificano le occasioni per aumentare il già potente flusso di risorse economiche dalla televisione al mondo sportivo, certo importante, ma che non riguarda la produzione audiovisiva. Dall'altra cresce la domanda di prodotti cinematografici che in tutta Europa, come i dati dimostrano, è prevalentemente orientata verso prodotti esteri, o meglio extra europei..

Su questo fronte si è ricorso a vincoli di legge per generare ricadute positive sulle industrie cinematografiche nazionali e su scala europea, ma si tratta di misure che se non hanno una funzione congiunturale o comunque limitata nel tempo, rischiano di produrre più danni che vantaggi. Osserviamo ora più da vicino la situazione nei due settori nel quadro di riferimento europeo.

Nel corso degli anni 90 il valore televisivo dello sport è costantemente cresciuto in generale perchè aumentava il numero e la concorrenza tra i broadcaster, in particolare perchè lo sport, soprattutto il calcio, è stato lo strumento strategico usato dai nuovi entranti per conquistare spazio nei propri mercati di riferimento. Parallelamente è cresciuto il prezzo dei diritti, calmierato solo marginalmente dall'aumento del numero di eventi.

Nel corso degli anni 90 le spese delle tv europee per i diritti sportivi sono cresciute in media più delle entrate: dal 1992 al 1998 i primi sono cresciuti, in termini nominali, a una media annua del 14% mentre le seconde a una media annua del 10%. Nonostante l'ampio ventaglio degli sport televisivi gli acquisti si sono concentrati su un numero limitato di specialità. Nel 1998 le tv europee hanno investito circa 4.700 miliardi di lire in diritti sportivi, ma il calcio da solo ne ha assorbito oltre il 60%, mentre sulle prime 4 specialità sportive si è concentrato quasi l'80%.

Spese per diritti sportivi delle tv europee (1998)	
Sport	Miliardi lire
Calcio	2.872 (61,2%)
Automobilismo	379 ( 8 %)
Tennis	234 ( 5 %)
Rugby	207 ( 4,4%)
Pallacanestro	171
Box	162
Atletica	153
Golf	144
Ciclismo	90
Sci	81
Criquet	81
Hokey ghiaccio	63
Pallavolo	54
Totale	4.691

Fonte: elaborazione su dati P.Kagan Media, O&O analysis,

La rilevanza televisiva del calcio tra gli sport e' tale che in diversi paesi gruppi televisivi hanno acquistato squadre di calcio e squadre di calcio hanno acquistato partecipazioni televisive. Ultime per ordine di tempo sono i casi di News International (Murdoch) e di Granata Television che hanno comprato quote azionarie rispettivamente delle squadre di calcio del Manchester e del Liverpool e quello del gruppo di squadre italiane (tra cui Lazio, Roma, Fiorentina, Parma, Venezia) che ha acquistato una quota di minoranza in Stream, seconda piattaforma digitale italiana controllata da Telecom Italia e da News International.

Il costo orario dei programmi sportivi prima del 1990 in Europa era normalmente assai piu' basso dei costi medi orari sia delle reti pubbliche sia di quelle, ancora poche, private che già operavano, ma da allora è cresciuto al punto da essere oggi tra quelli piu' alti di tutta la programmazione.

Nel Regno Unito i diritti quadriennali per le partite di calcio del capionato principale che scadranno nella prossima stagione 2000-2001 erano stati acquistati da BSkyB per oltre 2 mila miliardi di lire, mentre la BBC aveva pagato 219 miliardi trasmettere settimanalmente solo le fasi migliori del campionato. Per il successivo quadriennio si prevede che il valore degli stessi diritti supererà i 3 mila miliardi di lire. In

Francia Canal+, la tv a pagamento terrestre e TPS una delle due piattaforme digitali francesi hanno ottenuto i diritti di ritrasmissione rispettivamente di due partite (anticipate) e di una partita settimanale del principale campionato di calcio pagando per i prossimi 5 anni per una cifra complessiva pari a quasi 2,6 mila miliardi di lire, raddoppiando così gli introiti del quinquennio precedente per i diritti criptati. Le due piattaforme digitali spagnole Via Digital e CSD Spagna si sono sarrite per i quinquennio 2003-2008 i diritti televisivi del Real Madrid e del Barcellona pagando circa 1,4 mila miliardi di lire. Nella primavera del 1999 Murdoch era pronto ad offrire 4,2 mila miliardi di lire per ottenere l'esclusiva dei diritti televisivi delle partite di serie A e B per un triennio..

Parte delle risorse televisive investite in diritti sportivi (1998)	
Paesi	% delle risorse televisive Investite nei diritti per il Calcio
Spagna	11,5
Regno Unito	5,4
Italia	4,3
Francia	2,1
Germania	1,7

*Fonte: elaborazione su dati Tv Sport Markets, O&O analysis*

La pressione costante sul lato della domanda ha portato i diritti di alcuni sport a valori talmente elevati che il loro recupero, sia che dipenda dalla pubblicità sia dal pagamento diretto dei telespettatori, incomincia in alcuni casi ad appare incerto

Nel futuro a breve si prospetta una situazione molto dinamica della domanda e di rigidità dell'offerta di eventi sportivi a forte attrattività con la minaccia che il prezzo dei diritti cresca a tal punto da mettere a rischio la loro remunerabilità: nei prossimi 5 anni le risorse televisive crescerebbe, secondo gli esperti, a un tasso medio annuo nominale dell'8% contro il 20% dei diritti di ritrasmissione di eventi sportivi . Se è vero che le forme di televisione che traineranno lo sviluppo dei prossimi anni trovano nello sport uno dei loro principali ingredienti non ci sono molte possibilità per evitare una situazione di stallo. Provo ad indicarne alcune:

a) aumentare le risorse televisive; oggi non ci sono certo le condizioni per aspettarsi una forte crescita del finanziamento pubblico via canone e della pubblicità, mentre ci sono ampie possibilità di sviluppo per le risorse generate dalle varie forme di tv a pagamento, ma come vedremo in seguito, tale sviluppo non è scontato e dipende, tra l'altro dalla crescita del numero di abbonati, dalla quantità dei loro consumi (in termini di canali o singoli programmi), dal numero di servizi alternativi a cui destinare tempo e soldi.

b) calmierare i prezzi dei diritti creando nuovi grandi eventi sportivi in aggiunta a quelli esistenti, ma sembra difficile allargare la stretta rosa degli sport che hanno successo televisivo e d'altra parte un'inflazione degli eventi potrebbe deflazionare, insieme ai prezzi, l'interesse, la passione e la fedeltà dei telespettatori; le difficoltà incontrate dal progetto di un super campionato di calcio su scala europea dipendono anche dalla percezione di questo rischio

c) segmentare meglio i pubblici interessati per sfruttare in modo più mirato gli eventi sportivi già consolidati; da una parte la moltiplicazione dei canali di trasmissione offre occasioni crescenti di raggiungere anche il pubblico di sport minori disposto a pagare, dall'altra la flessibilità tecnica ed economica con cui la tv digitale, soprattutto quella terrestre, è in grado di illuminare aree geografiche diversificate apre nuove prospettive per una grande quantità di eventi sportivi a forte risonanza, ma consolidata a livello locale: proporre per esempio da 320 a 380 partite di calcio di serie A in ciascun paese europeo potrebbe generare una quantità di risorse maggiore rispetto allo sfruttamento di 60-70 partite come oggi fanno i canali pay-tv.

In questo quadro sono le televisioni generaliste in chiaro a trovarsi in una prospettiva particolarmente difficile. E' vero che in ogni paese europeo esse controllano la quota maggiore del mercato televisivo, ma si tratta del segmento più maturo, che ha raggiunto probabilmente il suo massimo grado di espansione, che difficilmente vedrà quindi crescere in modo sensibile le risorse complessive ad esso destinate dalla pubblicità e dal finanziamento pubblico.

Mentre le forme di televisione a pagamento hanno davanti a se ampie potenzialità di crescita economica, soprattutto nel momento in cui le forme di accesso (allacciamenti,

connessioni, terminali, ecc.) diventano piu' flessibili e meno costose e i loro servizi si arricchiscono e si personalizzano (interattività, ecc.).

Portando all'estremo questa situazione la prospettiva presenta tre principali alternative:

La prima è quella del progressivo passaggio, che in parte è già iniziato, dei diritti sportivi dalla tv in chiaro a quella a pagamento, nelle sue diverse forme. Sulle reti televisive generaliste resterebbero così solo quei pochi eventi sportivi che le Authority nazionali devono indicare tra le manifestazioni di rilevante interesse generale, da garantire, secondo il precetto comunitario, a tutti i telespettatori indiscriminatamente. La seconda è quella del progressivo spostamento di risorse dall'approvvigionamento (diretto o indiretto) di programmi di vario genere ai diritti sportivi con la conseguente riduzione degli investimenti per i primi, il loro probabile abbassamento qualitativo, e con uno squilibrio generale della programmazione.

La terza è quella adottata da molte televisioni locali che, non potendo acquistare i diritti degli eventi sportivi locali di rilevanza nazionale, si concentrano sulle trasmissioni di contorno in cui all'evento sportivo si sostituiscono i commenti su di esso.

In realtà non si produrrà nulla di così estremo, ma probabilmente le tre ipotesi si combineranno secondo i casi determinando in ogni modo una sensibile modificazione delle strategie di programmazione delle televisioni in chiaro.

6. Con lo sport, i film sono l'altro genere della programmazione televisiva che appare sempre piu' determinante anche per il successo delle piattaforme digitali europee.

In questo caso però la situazione è assai diversa soprattutto per le dimensioni internazionali del mercato e per i rapporti economici che lo caratterizzano. Il mercato dei diritti sportivi ha tre diversi livelli: quello dei diritti che hanno prevalentemente valore su scala nazionale, come i diritti dei campionati di calcio di serie A; il livello dei diritti rilevanti su scala internazionale come quelli della Formula 1 automobilistica, della Coppa Davis, dei vari Campionati internazionali di calcio, ecc..

C'è poi un terzo livello, che possiamo definire globale, costituito dai diritti dei Giochi Olimpici. Nella maggior parte dei casi si tratta di mercati in cui i soggetti che

vendono e quelli che comprano sono molteplici e sono distribuiti in vari paesi.

Il mercato dei diritti cinematografici è del tutto diverso. E' un mercato che si identifica egli attraverso categorie di prodotto, che attraverso confini geografici. Si tratta di un mercato costituito in larghissima parte da due tipi di prodotto. Quelli che sono realizzati prevalentemente per il mercato globale e quelli che sono realizzati quasi esclusivamente per un mercato nazionale o per aree linguistiche e culturali circoscritte. Tra questi due estremi c'è qualche film che trova un suo mercato regionale come quello europeo, latino-americano, del sud-est asiatico, ecc. Nel 1998 i primi sono stati prodotti in una quantità stimabile tra 2/300 unità, i secondi intorno alle 2.000 unità. I film concepiti per il mercato globale sono in larghissima prevalenza prodotti negli Stati Uniti dalle major hollywoodiane che controllano anche gran parte della fase distributiva attraverso loro filiali locali. I film del secondo gruppo sono normalmente quelli prodotti nel resto del mondo: dall'Europa al Giappone, dall'India all'Egitto.

Occorre notare che il valore dei diritti cinematografici per la televisione è fortemente legato al mercato delle sale cinematografiche. In particolare, il valore dei diritti televisivi dipende dal successo al box office. E anche per questa ragione che le major destinano molta attenzione al mercato delle sale cinematografiche, che in termini economici genera mediamente solo il 20-30 % del fatturato dei loro film. Quindi appare necessario osservare alcuni caratteri dell'industria cinematografica per mettere in evidenza da dove vengono i prodotti e come essi occupano il mercato. In questo caso per le ragioni suddette occorre avere come quadro di riferimento il mercato mondiale.

Nelle tre principali aree economiche nel 1998 l'industria cinematografica a messo sul mercato complessivamente quasi 1.300 film destinati alle sale cinematografiche così suddivisi

area	n. film prodotti
Unione Europea	550
Stati Uniti	490
Giappone	249
Totale	1.289

**Fonte: Observatoire Europeen de l'Audiovisuel**

Di fronte a queste dimensioni ci sono almeno tre dati significativi per mettere a fuoco i principali caratteri del mercato cinematografico che qui interessa.

Il primo dato riguarda gli scambi tra Stati Uniti ed Europa: nel 1998 gli Stati Uniti hanno esportato in Europa prodotti audiovisivi per un valore di 6,678 miliardi di dollari con un incremento nel periodo 1990-98 del 75% e l'Europa ha esportato verso gli Stati Uniti audiovisivi per un valore pari a 0,67 miliardi, quasi un decimo. A questo proposito occorre osservare che le cifre comprendono sia i diritti per prodotti cinematografici sia per prodotti televisivi (serie, documentari, ecc.). I diritti dei film alimentano le sale cinematografiche, i canali televisivi a pagamento e canali televisivi in chiaro, mentre quelli degli altri prodotti audiovisivi (serie, documentari ecc.), con poche eccezioni interessano solo le televisioni in chiaro.. Va anche osservato che gli incassi delle major americane all'estero derivano per circa il 70-80% dalla vendita dei diritti cinematografici.

Il secondo dato riguarda la ripartizione dei biglietti cinematografici venduti nel 1997 secondo l'origine dei film:

Paese di produzione	%
Stati Uniti	63,5%
Francia	8,9
Regno Unito	4,4
Germania	3,2
Italia	1,9
Altri europei	1,6
Resto del mondo	1,3
Co-produzioni Usa-Europa	6,9
Co-produzioni Europa-Europa	3,9
Co-produzioni Europa-Restodel Mondo	0,2

**Fonte: *Observatoire Europeen de l'Audiovisuel***

Occorre osservare che nel 1997 i film americani hanno ottenuto una quota di entrate cinematografiche tra le piu' basse dell'ultimo ventennio; nel 1996 e nel 1998 la quota americana ha superato il 70%. Nel 1998 in Italia, secondo le stime dell'Observatoire Europeen de l'Audiovisuel, i film americani hanno conquistato circa il 70% del mercato cinematografico, i film italiani circa il 20% e il resto il 10%.

Il terzo dato riguarda il costo medio di produzione dei film delle major rispetto a quello delle produzioni europee.

Nel 1998 il costo medio di un film prodotto a Hollywood è stato 52,7 milioni di dollari a cui si aggiungono 25,3 milioni per il marketing (stampa delle copie, promozione, pubblicità). Tra i paesi europei il Regno Unito è quello in cui nel 1998 i costi medi di produzione di un film sono stati i più elevati e hanno raggiunto 6,8 milioni di dollari a cui si è aggiunto circa 1 miliardo per il marketing. A questo proposito occorre ricordare che su un totale di 490 film realizzati negli Stati Uniti nel 1998 solo 221 sono stati prodotti dalle major, ed è solo a questi che si riferiscono i dati precedenti, mentre il resto è stato prodotto dagli indipendenti che in misura nettamente inferiore hanno prodotti e capacità adatti all'esportazione.

Il primo dato mette in evidenza quanto il mercato dei diritti cinematografici soprattutto per le sale, ma anche per la televisione dipenda in larga parte dagli Stati Uniti, nonostante i tentativi di contrastare questa soggezione con incentivi nazionali ed europei alla produzione e barriere doganali (per la tv). Ma il gap già molto elevato presenta un trend nettamente espansivo e difficilmente arrestabile come mette in evidenza il secondo dato. Da esso risulta quanto il pubblico europeo spontaneamente privilegi i prodotti americani a quelli di altra origine, compresi quelli nazionali. Le spiegazioni di tale dipendenza sono varie e in parte ben note. Essa dipende in buona parte da fatti storici e politici, tra cui la costante attenzione della diplomazia americana nel promuovere e difendere la circolazione globale dei suoi film. Ma oggi la spiegazione più forte e incontrovertibile si trova soprattutto nella qualità e nella continuità delle componenti che caratterizzano il prodotto finale, da quelle tecniche a quelle creative, da quelle artistiche a quelle commerciali. Il terzo dato misura in modo inequivocabile questo fatto: c'è una correlazione diretta tra la dimensioni degli investimenti e la qualità del prodotto, almeno per quanto riguarda gli elementi a cui il pubblico di massa è più sensibile. Se a questo elemento si aggiunge il fatto che l'investimento nella promozione e nella distribuzione raggiunge quasi il 50% del costo del prodotto si misura definitivamente l'oggettività degli elementi che determinano il successo del cinema americano

E' vero che le dimensioni degli investimenti sono proporzionali alle dimensioni del mercato di sfruttamento potenziale che per molti film americani è il mondo, mentre per la maggior parte dei film europei sono i ristretti mercati nazionali d'origine, ma questo vuol dire che la via da percorrere per il cinema europeo ha come primo obiettivo quello di costruire in modo sistematico un mercato continentale almeno per una parte sensibile dei film delle cinematografie piu' note e con maggiori capacità produttive.

Le condizioni della fiction televisiva sembrano aver preso negli ultimi tempi una svolta positiva, visto il netto incremento della produzione europea e il crescente successo di pubblico che molte di queste produzioni incominciano ad avere. Su questo fronte sembra che si sia imboccata la strada per ridurre la dipendenza dai prodotti americani anche se l'idea di arrivare a una situazione di reciprocità, ovvero di equilibrio della bilancia commerciale appare irrealistica: ci sono le condizioni per sostituire nelle televisioni europee parte della fiction televisiva americana con quella nazionale ed europea, non ci sono le condizioni però per entrare stabilmente nella programmazione televisiva americana con la fiction d'origine europea. Il problema resta costante per le sale cinematografiche, ma si aggrava per il settore che qui interessa particolarmente: le nuove forme di televisione che nel prossimo futuro hanno maggiori potenzialità di crescita. Infatti se come appare dalle principali esperienze in corso di piattaforma digitale la competizione si basa, come si è detto, principalmente sui diritti sportivi e sui film recenti e di successo, l'ipoteca economica americana sullo sviluppo delle nuove forme televisive in Europa appare particolarmente forte e potrà condizionare anche i rapporti tra gli operatori europei nei singoli mercati nazionali, nel mercato europeo e in altri mercati di potenziale espansione. Non si tratta peraltro di ipotesi accademiche come sa bene più' d'un gruppo televisivo europeo che ha dovuto per esempio rinunciare a realizzare progetti espansivi in America latina in seguito alle pressioni delle major americane.

7. Le tendenze della programmazione tracciate sopra vorrebbero contribuire a ridurre l'enfasi acritica di coloro che associano allo sviluppo della tv digitale vantaggi scontati per la produzione audiovisiva nazionale ed europea.

Lo sviluppo del digitale è certamente auspicabile per molte ragioni tra le quali il fatto di poter combinare tv e Internet, di migliorare le condizioni di accesso delle famiglie ai servizi interattivi in rete, di poter dirottare frequenze dalla tv ai nuovi servizi di telecomunicazione mobile che stanno assumendo grande importanza economica e sociale.

Per quanto riguarda l'industria dei prodotto audiovisivi i vantaggi invece appaiono piu' incerti. Certamente la tv digitale in generale ne allargherà la domanda, ma questa domanda, come si è detto, riguarderà da una parte un'ampia gamma di prodotti a basso valore aggiunto, dall'altra soprattutto due generi ad alto costo.

I prodotti a bassa gamma implicano inevitabilmente un netto abbassamento degli standar produttivi tecnici e professionali dell'industria audiovisiva attuale. Basta riflettere sul fatto che la programmazione di un canale basic in Europa puo' costare tra 10 e 15 miliardi di lire all'anno, mentre il costo della programmazione di un canale generalista in chiaro costa normalmente tra 600 e 800 miliardi di lire, ovvero i primi spendono una cifra quotidiana compresa tra 27 e 41 milioni mentre i secondi una cifra compresa tra 1,6 e 2,2 miliardi al giorno.<sup>2</sup>

Pur trattandosi di dati "all'ingrosso", la differenza tra l'investimento nella programmazione di una canale televisivo in chiaro di oggi e un canale basic rimane molto alta anche se la prima è depurata dei costi dei generi televisivi a maggior costo come sport, film, ecc.

Per la parte di prodotti a gamma alta che ovunque trainano lo sviluppo degli abbonamenti alle piattaforme digitali le prospettive sono altrettanto incerte anche se i problemi sono diversi.

La crescita della programmazione sportiva potrà provocare l'aumento o del numero di eventi o il prezzo dei diritti di ritrasmissione tv, ma non avrà alcun effetto diretto sull'industria audiovisiva. Mentre la crescita della programmazione di film, se lasciata alla sua direzione spontanea favorirà in larga prevalenza l'industria cinematografica americana, perché sono i suoi prodotti quelli largamente preferiti dal grande pubblico, generando un effetto moltiplicatore diretto e indiretto sul già forte squilibrio tra Stati Uniti ed Europa. Le norme tendenti a proteggere i film di origine europea, anche se fin'ora hanno avuto qualche effetto calmieratore, non hanno neppure parzialmente raggiunto prodotto gli effetti sperati

per quanto riguarda la fiction cinematografica: non hanno rallentato la quantità e i prezzi d'acquisto di film americani, ne in generale si puo' sostenere che abbiano aumentato la produzione, il valore aggiunto e la forza competitiva dei film europei.

E' quindi legittimo attendersi che anche sul fronte dell'industria cinematografica lo sviluppo delle piattaforme digitali, cosi' come stanno le cose, non porteranno i vantaggi proclamati.

## Riferimenti bibliografici

- Arthur Andersen (1998), The impact of digital television on supply of programmes
- J.P.Jezequel (1998) La production audiovisuelle est-elle soluble dans le numerique ?, in Dossier de l'audiovisuel, dicembre 1998
- J.P.Jezequel (1998 b), L'abondance numerique demande des productions "legeres", in SIS Brifing, ottobre 1998, UER, Ginevra

## Note

- 1) si tratta di potenzialità che potranno aumentare con il miglioramento delle tecniche di trattamento dei segnali digitali; va anche osservato che al posto di un canale analogico si possono trasmettere 5-6 canali digitali oppure un canale ad alta definizione;
- 2) L'European Broadcasting Union é il cosorzio delle televisioni pubbliche europee a cui sono associate anche tv pubbliche di altri aree geografiche.
- 3) va osservato che lo scarto dalla media é in alcuni casi elevato e si può spiegare con le diverse legislazioni nazionali, come nel caso di Canal+ che investe nella programmazione circa il 50% delle sue entrate
- 4) nel 1999 Murdoch ha acquistato il 35% delle azioni di Stream; una delle due attuali piattaforme digitali italiani, con il 35%
- 5) si tratta di un estratto dell'intervista fatta da Guy Pineau e Camille Mouriez a Christian Dutoit, progettista di una delle piattaforme digitali che debuttarono in Francia nel 1998, pubblicata su Dossier de l'audiovisuel, No.71, gennaio/febbraio 1997

## **A sociedade em redes e a universalização do mercado: elementos de análise.**

*Alain Herscovici\**

O objeto deste artigo consiste, no âmbito de uma abordagem multidisciplinar, em fornecer elementos para estudar as implicações sociológicas e econômicas ligadas à implementação da sociedade "informacional". Num primeiro momento, analisaremos as relações que existem entre as lógicas globais de acumulação e a função e a natureza dos Sistemas de Informação e de Comunicação; a este respeito, salientaremos a especificidade desta sociedade "informacional". Num segundo momento, veremos como as análises liberais concebem o mercado e porque, a partir daí, elas preconizam uma universalização dos mecanismos de mercado. A nosso ver, esta universalização do mercado constitui o fundamento do processo de globalização que está sendo implementado.

No decorrer deste trabalho, no âmbito de uma abordagem crítica, ressaltaremos os limites das análises liberais, mostrando como, tanto do ponto de vista teórico como empírico, a universalização dos mecanismos de mercado gera novas modalidades de exclusão social e produz novas contradições.

### ***1) A sociedade em redes: os componentes sócio-econômicos***

#### **1) Fordismo e pós-fordismo**

1.1 Partiremos da hipótese segundo a qual os Sistemas de Informação e de Comunicação (SIC), a partir de uma abordagem macrossocial e econômica, se relacionam estreitamente com as lógicas de acumulação global do capital, ou seja, com os diferentes modos de regulação.

O conceito de modo de regulação é definido pelas diferentes formas institucionais que permitem explicar sua perenidade. Estas cristalizam certas relações sociais, historicamente determinadas, e se relacionam diretamente com a moeda, a relação salarial, as formas de concorrência, as modalidades de inserção na economia internacional e as formas do

Estado<sup>1</sup>. As formas institucionais permitem conter os desequilíbrios, realizar os ajustamentos macroeconômicos e "assegurar a compatibilidade dinâmica de um conjunto de decisões descentralizadas"<sup>2</sup>.

Proporemos a seguinte periodização relativa à evolução das sociedades capitalistas: o fordismo que corresponde ao período que vai do fim da segunda guerra mundial até a metade dos anos 70, e o "pós-fordismo", desta data até hoje. Não pretendemos entrar no debate polêmico a respeito do pós-fordismo. Não obstante, conforme mostraremos mais adiante, o "pós-fordismo" não implica na superação das contradições da sociedade capitalista, pelas seguintes razões:

- i) não constitui um modo de regulação à medida que não produziu as formas institucionais que assegurariam uma certa estabilidade; as diferentes crises financeiras ressaltam esta fragilidade em termos de capacidade de regulação;
- ii) em relação ao fordismo, as contradições e as lógicas de exclusão social se ampliam, conforme mostraremos; neste sentido, não é possível assimilar o pós-fordismo a um neo-fordismo.

1.2 O fordismo caracteriza-se pelo consumo de massa, pela gestão planejada da economia por parte dos monopólios públicos e privados, pela forte intervenção do Estado na economia e na administração da relação salarial<sup>3</sup>. Desde o final dos anos 70, ele conhece uma crise profunda; o esgotamento deste modo de regulação explica-se a partir de certos desequilíbrios que o sistema não consegue mais conter: crise fiscal do Estado, crise da relação salarial, etc.

Esta fase corresponde, igualmente, à transnacionalização progressiva dos diferentes espaços regionais e nacionais: há criação e autonomização de um sistema mundial que se caracterizava inicialmente pela predominância dos Estados Unidos; o fordismo constitui a primeira fase da construção de um sistema mundial.<sup>4</sup> Não obstante, durante esta primeira fase da globalização, maximizou-se a audiência e o consumo; os referenciais culturais americanos foram difundidos no mundo inteiro e os diferentes grupos sociais tiveram acesso a este sistema mundial. As televisões abertas se inscrevem neste tipo de lógica e, de um modo geral, todos os produtos culturais ligados à cultura de massa.

Os diferentes grupos sociais são integrados no processo de acumulação; trata-se de uma acumulação extensiva. Esta integração se realiza no nível nacional, em função da

redistribuição dos ganhos de produtividade em favor do trabalho; ela realiza-se, igualmente, no nível internacional, à medida que os diferentes grupos sociais têm acesso aos bens e serviços produzidos pelo sistema mundial. No caso do Brasil, trata-se de um fordismo periférico: não se relaciona com o conjunto da sociedade, conforme ocorreu no caso dos países industrializados.

O serviço público representa o segundo componente do sistema fordista. Seus objetivos consistem em distribuir, no nível nacional, serviços que são considerados de interesse geral. Do ponto de vista da análise econômica, o serviço público, assim concebido, apresenta certas especificidades:

- i) caracteriza-se pela primazia da oferta: no âmbito de um sistema de rede universal, trata-se de fornecer um serviço de base para uma demanda pouco diferenciada;
- ii) é uma "atividade de infra-estrutura mono-produto"<sup>6</sup>; a partir das solidariedades tarifárias entre os usuários, a perequação das tarifas permite manter o princípio da universalidade do acesso a este tipo de serviços, pelo fato de diferenciar as tarifas em função das diferentes utilizações: as tarifas praticadas para os grandes usuários são mais elevadas, o que permite determinar tarifas mais baixas para os outros usuários. É possível implementar, assim, uma política de redistribuição da renda. A constituição deste tipo de redes se relaciona diretamente com objetivos de integração social e espacial definidos no plano nacional; a telefonia fixa é representativa deste tipo de política;
- iii) a dicotomia serviço público/mercado não se define em relação às características dos bens ou dos mercados, conforme afirmam certas análises econômicas: ela é o produto histórico das negociações efetuadas entre o Estado, as diferentes instâncias de representação da sociedade civil e as diferentes frações do capital social<sup>6</sup>. Ela se relaciona diretamente com as escolhas feitas no que diz respeito às modalidades de acesso a certos serviços e bens: um programa audiovisual, por exemplo, não constitui, em si, um bem público ou privado: no caso de sua difusão por um canal aberto, ele constitui um bem público; no caso de sua difusão por uma televisão por assinatura, ou de um sistema de pay per view, ele é um bem semi-privado; no caso de uma fita vídeo, trata-se de um bem privado. As modalidades de acesso social determinam a natureza econômica desses bens e

serviços. De fato, esta dicotomia é representativa da maneira como se efetua a gestão do Social<sup>7</sup>.

Os SIC que correspondem ao modo de regulação fordista apresentam as seguintes características:

- i) constituem redes abertas, solidárias e universais: abertas e universais pelo fato de não existir exclusão pelos preços, como no caso das televisões abertas; solidárias porque existe uma política de redistribuição entre os diferentes grupos sociais;
- ii) correspondem às necessidades da acumulação pelo fato de atingir a totalidade do público consumidor. Até o final dos anos 70, o mercado publicitário das mídias era representativo deste tipo de relação: à uma oferta pouco diferenciada de produtos e de serviços, ou seja, a um modo de regulação baseado no consumo de massa, correspondem SIC de massa, com uma descomplexificação simbólica das mensagens e dos programas capaz de maximizar a audiência global. As análises de Dallas Smythe são representativas deste processo<sup>8</sup>;
- iii) neste caso, apesar de modalidades socialmente diferenciadas de reapropriação simbólica, a totalidade dos grupos sociais tem acesso aos produtos e serviços proveniente deste sistema mundial.

1.3 Os limites do fordismo explicam-se, entre outras razões, a partir da saturação dos mercados de bens de consumo ligado à homogeneização da oferta e da demanda. Ao contrário, o pós-fordismo caracteriza-se pela segmentação dos públicos e pela diversificação da oferta. Paralelamente, essas novas estratégias são elaboradas no âmbito de uma privatização crescente das atividades econômicas. O pós-fordismo corresponde a uma acumulação intensiva pelo fato de tentar atingir grupos sociais específicos com maior poder aquisitivo.

A diversificação da oferta explica-se, principalmente, a partir da pressão crescente exercida pelos grandes usuários<sup>9</sup>:

- i) podemos observar o abandono progressivo das solidariedades tarifárias e dos subsídios cruzados que caracterizavam as redes universais. No âmbito de uma acumulação intensiva, trata-se de criar novos mercados principalmente destinados aos grandes usuários, os serviços de valor agregado sendo representativos deste tipo de estratégia.

- ii) Os processos de exclusão pelos preços são reintroduzidos no sistema; a evolução dos sistemas audiovisuais e o desenvolvimento da Internet correspondem a este tipo de lógica. Um "economia dos contadores"<sup>10</sup> está sendo implementada: o volume do consumo depende, cada vez mais diretamente, da contribuição financeira do usuário.
- iii) Em função da pressão crescente dos grandes usuários, fica-se cada vez mais difícil manter tarifas elevadas sobre certos segmentos da demanda, para poder praticar tarifas mais baixas sobre outros segmentos, como o serviço público de telefonia fixa no qual as ligações interurbanas e internacionais permitiam financiar as ligações locais; as políticas de redistribuição são, de fato, cada vez mais limitadas<sup>11</sup>.
- iv) A margem de manobra das empresas públicas é, conseqüentemente, reduzida. Por outro lado, os grandes usuários podem, facilmente, contornar essas empresas que não constituem mais um monopólio público: a constituição de "hubs", com suas técnicas de call-back, enfraquecem as empresas públicas.

A privatização do sistema se traduz por uma modificação das modalidades de distribuição e de acesso aos diferentes produtos e serviços. Os bens culturais e informacionais são, simultaneamente, bens públicos e privados<sup>12</sup>: como bens públicos, pertencem à totalidade da coletividade e não podem ser objeto de uma apropriação privada; são indivisíveis e podem ser assimilados aos bens patrimoniais<sup>13</sup>. Como bens privados, eles são trocados no mercado e tornam-se divisíveis. O Estado determina os limites das modalidades de apropriação privada; esta produz, geralmente, externalidades negativas. A privatização do sistema comunicacional representa, de fato, modificações profundas em relação às modalidades de distribuição dos serviços, ao tipo de serviços oferecidos e aos grupos privilegiados.

É possível afirmar que os sistemas ligados às Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTIC) se traduzem por redes mundiais excludentes. A passagem das televisões abertas para as televisões por assinatura, ou da telefonia fixa para a telefonia celular, é representativa deste fenômeno: a constituição dos mercados se efetua na base de redes mundiais e mecanismos de exclusão pelos preços são reintroduzidos.

## **2) O conceito de sociedade informacional**

2.1 A regulação pós-fordista corresponde à uma sociedade da informação ou, ao contrário, à uma sociedade "informacional"<sup>14</sup>? Qualquer forma de sociedade que possui uma infra-estrutura técnica e representações simbólicas implica em fluxos de informação: as diferentes tecnologias intelectuais (oralidade, escrita, audiovisual e hoje sistemas ligados às convergências entre o audiovisual, a informática e as telecomunicações) permitem conservar, transmitir e divulgar informações; da mesma maneira, as evoluções técnicas são o produto da acumulação de "savoir faire", de fluxo de informações e de certas instituições sociais. Os estudos de cunho antropológico chegam a conclusões semelhantes<sup>15</sup>:

Quais são as especificidades da sociedade informacional, em relação às outras formas de sociedade? Em outras palavras, em quê esta sociedade pós-fordista se diferencia da sociedade fordista ou industrial?

Da mesma maneira que a industrialização implicou em mudanças sociais importantes, em uma reorganização das forças produtivas em função das novas modalidades de produção do excedente, baseadas no aumento da produtividade na produção de bens materiais, a sociedade informacional caracteriza uma sociedade organizada em função da produção, do tratamento e da difusão da informação. Esta transformação modifica todos os processos sociais, dos processos produtivos até as modalidades de funcionamento das instituições e de consumo dos bens culturais<sup>16</sup>.

Existe criação de um novo paradigma tecnológico, no sentido empregado pelos economistas neo-shumpeterianos, ou seja, um sistema tecno-econômico-institucional baseado nas tecnologias da Informação e de Comunicação. Este novo paradigma tecnológico caracteriza-se pela velocidade da inovação tecnológica, pela constituição de redes mundiais e pelo fato que as diferentes modalidades de tratamento da informação e do conhecimento constituem o setor motor (chave) da economia.

2.2 Neste nível, é preciso estudar a função que as NTIC assumem no seio da regulação global. Os diferentes estudos empíricos ressaltam o fato que não existe uma correlação positiva entre o desenvolvimento das NTIC e das atividades ligadas à Pesquisa e Desenvolvimento e o aumento da produtividade do trabalho<sup>17</sup>; ao contrário, esta correlação seria negativa. Este fenômeno pode ser interpretado da seguinte maneira: a

complexificação e a extensão dos mercados, no nível global, implicam no aumento dos custos que as empresas têm que pagar para constituir esses mercados, para ter acesso a esses mercados e para assegurar uma coordenação das atividades dos diferentes participantes. Em função do processo de globalização, haveria um aumento dos custos de transação que as empresas têm que pagar<sup>18</sup>.

i) O caráter improdutivo desses gastos tem que ser compensado pela ampliação dos mercados e dos lucros correspondentes; a intensificação espacial e social do mercado torna necessário o desenvolvimento dessas atividades ligadas à formação, ao funcionamento e à ampliação do mercado; representam custos de conexões sem os quais as empresas não podem se conectar com o sistema mundial.

ii) As NTIC representam um meio para implementar tais mercados e para diminuir os custos de conexão crescentes que as empresas têm que realizar.

iii) A oligopolização dos mercados torna necessário o aparecimento e o desenvolvimento das atividades ligadas à coordenação e à regulação dos mercados, ou seja, aos custos de realização. Os custos de transação se relacionam com a produção de bens específicos, ou seja, altamente diferenciados; de fato, esta oligopolização se traduz por custos de transação crescentes<sup>19</sup>.

### **3) A configuração de um novo espaço público**

3.1 O espaço público do século XVIII se caracterizava pelo uso público da Razão, no âmbito de uma discussão pública que consistia em legitimar os produtos culturais e simbólicos<sup>20</sup>: os salões literários e os primeiros mercados culturais são representativos deste tipo de espaço público. Não obstante, conforme reconhece o próprio Habermas, o acesso a este espaço público é reservado à burguesia, ou seja, é condicionado pela posse de um certo capital econômico. Com a cultura de massa e o fordismo, há uma ampliação e uma diversificação social deste espaço público; esta diversificação social do público modificou radicalmente a natureza sociológica do espaço público assim como suas modalidades de legitimação. O espaço social habermassiano caracterizava-se pela homogeneidade social do público: esta identidade de classe permitia estabelecer um certo consenso. Ao contrário, no

espaço que corresponde à cultura de massa, existem interesses contraditórios; há necessidade de articular, ou seja, de compatibilizar o conjunto dos interesses no seio da sociedade civil. Há uma fragmentação do espaço em sub-espaços, cada um produzindo suas próprias modalidades de legitimação. Não obstante, não se trata de publicidade manipuladora, conforme afirma Habermas, e isto pelas seguintes razões:

- i) à uma modificação da natureza sociológica do espaço público corresponde uma modificação das modalidades de legitimação;
- ii) conforme ressaltam os diferentes estudos de recepção, existem reapropriações socialmente diferenciadas de um mesmo produto; conseqüentemente, não é possível falar em manipulação, à medida que existem várias modalidades de reapropriação; a relação não é linear e mecânica, como supõe Habermas<sup>21</sup>;
- iii) contrariamente ao que afirma Habermas, acreditamos que não existe uma Razão universal; conforme ressaltam os diferentes estudos da opinião pública, a razão é uma razão de classe e sua própria definição é o objeto de conflitos políticos<sup>22</sup>.

Este novo espaço público deve articular as identidades de classe numa hierarquia onde cada grupo se define objetivamente em função de sua posição de classe<sup>23</sup>. Isto se traduz, obrigatoriamente, pela adoção de uma hierarquia cultural. No que concerne ao público habermassiano, o consenso existe, "objetivamente", à medida que se trata de uma mesma classe social; no caso da cultura de massa, este consenso só pode ser "fabricado", ou seja, ideológico. Este novo espaço público não pode mais ser universal à medida que existem interesses contraditórios<sup>24</sup>.

3.2 Em uma certa medida, esta sociedade informacional constituída em redes corresponde à instauração de um novo espaço público que, em relação a certas características sócio-econômicas, lembra o espaço habermassiano<sup>25</sup>:

- i) o acesso à discussão pública (Internet, grupos de discussão, etc.) é reservado à certos grupos sociais e depende da posse de um certo capital econômico inicial;
- ii) os processos de exclusão pelos preços implicam numa diferenciação social das modalidades de acesso a este espaço público de discussão (cf. o conceito de rede excludente) Assim apesar de ser intrinsecamente global, este novo espaço público produz uma exclusão social importante<sup>26</sup>.

## II) Globalização, universalização do mercado e cultura global

### 1) O corte teórico

Em relação à teoria econômica, podemos falar em corte teórico no que diz respeito à natureza do mercado e às suas funções sociais.

1.1 Para o conjunto das análises ligadas ao mainstream, ou seja, para as análises de cunho “liberal”, o mercado é concebido como uma instância socialmente eficiente: os agentes são racionais (a racionalidade substantiva definida por Simon) e o equilíbrio de mercado permite realizar uma alocação eficiente dos recursos assim como alcançar uma situação de ótimo; o mercado gera estabilidade e eficiência social.

O método utilizado é essencialmente normativo: as situações concretas são analisadas em função das imperfeições que elas apresentam, em relação à norma constituída pela concorrência pura e perfeita: imperfeições ligadas à natureza dos mercados (externalidades), às características dos bens (indivisibilidade) ou às modalidades de transmissão da informação. Essas imperfeições explicam os desvios efetivos em relação ao equilíbrio maximizador.

Podem aparecer imperfeições da informação; neste caso, os agentes econômicos não conseguem obter, através dos preços, a totalidade da informação disponível no mercado. As informações adquirirão um custo; os agentes econômicos igualarão o custo marginal da informação à receita marginal que resulta da aquisição desta informação. Eles continuam agindo racionalmente e os mercados são sempre equilibrados. O modelo das expectativas racionais é construído a partir deste princípio. Não obstante, surge o seguinte paradoxo: os agentes econômicos só poderão avaliar a pertinência econômica das diferentes informações depois de tê-las comprado. Poderão, assim, comprar informações que se revelam ser, *ex-post*, não pertinentes. Por outro lado, em função da complexidade dos processos cognitivos, de suas dimensões sociais e semióticas, não é possível considerar que a informação existe, em si, independentemente desses processos<sup>27</sup>.

Finalmente, as imperfeições da informação explicam os desajustamentos que aparecem a curto prazo. Uma melhor divulgação da informação deve permitir um ajustamento sobre a

posição de equilíbrio. O papel dos sistemas de Informação e de Comunicação consiste, neste caso, em divulgar a informação econômica para diminuir o desvio entre o valor real e o valor de equilíbrio. Em outras palavras, a eficiência desses sistemas permite diminuir as imperfeições de mercado e “acelerar” as modalidades de ajustamento para a posição de equilíbrio. O conceito de custo de menu utilizado pelos novos-keynesianos consiste no fato das empresas ajustarem seus preços de forma intermitente e não contínua<sup>28</sup>, em relação a variações da demanda; esses custos podem ser assimilados aos custos de ajustamento. Se as empresas deixam de pagar esses custos, isto se traduz por externalidades negativas no nível da sociedade. Na perspectiva novo-keynesiana, esta rigidez relativa dos preços é explicada a partir da existência de um custo relativo à produção da informação necessária para realizar esta mudança de preços<sup>29</sup>; neste caso, qualquer modalidade que diminua este custo diminuirá a rigidez dos preços.

1.2 Ao contrário, para as diferentes escolas heterodoxas<sup>30</sup> o mercado é concebido como produtor de entropia. Em outras palavras, seu funcionamento “normal” é sinônimo de instabilidade. Tendo em vista a existência da incerteza e a não-ergodicidade do universo assim definido, a racionalidade dos agentes econômicos só pode ser limitada.

O próprio processo concorrencial existe pelo fato da informação ser, por natureza, incompleta e distribuída desigualmente entre os diferentes agentes. É possível distinguir, assim, dois tipos de incerteza: a que se explica a partir do fato que não é possível prever o futuro (não há ergodicidade), e a incerteza estratégica, ligada à descentralização das decisões individuais e à interdependência dos agentes<sup>31</sup>. Neste tipo de perspectiva, a problemática consiste, essencialmente, em assegurar a coordenação econômica de decisões interdependentes a partir de certas formas (ou combinações) institucionais que determinam a natureza da informação e organizam sua distribuição entre os diferentes agentes. Essas atividades de coordenação consistem em implementar mecanismos estabilizadores afim de diminuir a incerteza e a instabilidade geradas pelo funcionamento do mercado.

Finalmente, a concorrência explica-se pela busca do lucro extra; no âmbito de um processo de “destruição - criativa”, o equilíbrio é rompido cada vez que aparece uma inovação tecnológica. Neste caso, é possível afirmar que o processo concorrencial torna necessário um nível mínimo de informações para o conjunto dos participantes assim como

uma distribuição desigual desta informação: a primeira característica permite efetivar a concorrência, enquanto a segunda explica sua dinâmica<sup>32</sup>.

## 2) Globalização e universalização do mercado

A matriz teórica liberal permite justificar uma universalização do mercado que se traduz pela globalização. Esta universalização é, simultaneamente, geográfica e social. Geográfica pelo fato de se expandir no nível mundial, a partir da constituição de redes, por natureza, transnacionais; social pelo fato de considerar que o mercado é a instância social mais eficiente em termos de alocação dos recursos e de distribuição da renda, que o mercado se auto-regula e beneficia a todos os grupos sociais.

O movimento geral de privatização das diferentes atividades econômicas, dentro das quais é preciso incluir as indústrias culturais, com o desenvolvimento dos financiamentos privados, o audiovisual e as telecomunicações, com o movimento generalizado de desregulamentação, caracteriza esta universalização do mercado.

Não obstante, diante das diferentes crises internacionais ligadas à financiarização da economia, é possível questionar a capacidade de auto-regulação do sistema. O paradoxo do pós-fordismo pode ser expresso nesses termos: enquanto o fordismo conseguiu constituir um modo de regulação, enquanto as instituições sociais próprias a este modo de regulação tinham condições de preservar as condições de reprodução do sistema, o pós-fordismo não conseguiu produzir as instituições sociais, nacionais ou internacionais, que permitiriam assegurar a reprodução social e econômica do sistema. Se existe uma diminuição da intervenção do Estado nas áreas sociais e econômicas, ainda não apareceram instituições que o substituíram para assegurar a perenidade do sistema; neste sentido, o pós-fordismo e a globalização a ele ligada, são precários.

Por outro lado, conforme já mostramos, o pós-fordismo caracteriza-se por uma acumulação excludente: o peso crescente dos grandes usuários no seio desta nova economia ressalta o fato que grande parte da população está sendo excluída; neste caso, é impossível falar em universalização social.

### 3) O global e o local

3.1 Essas análises tornam necessário o estudo da relação e das articulações entre o global e o local e da própria natureza do conceito de espaço.

Do ponto de vista antropológico, o local representa, apenas, uma combinação particular dos elementos provenientes de uma civilização, ou seja, de uma cultura mais abrangente, mais "universal"<sup>33</sup>. Do ponto de vista cultural, observamos o mesmo fenômeno: determinadas formas culturais e estéticas não podem ser definidas a partir de suas especificidades locais; uma análise histórica mostra que, aqui também, o local tem que ser interpretado como modalidade específica de (re)apropriação de formas muito mais universais<sup>34</sup>. Por outro lado, a transnacionalização progressiva das economias nacionais, a partir da segunda guerra mundial, se traduziu pela criação de um sistema econômico e cultural mundial relativamente autônomo. À esta desterritorialização econômica corresponde uma desterritorialização cultural e a criação de uma cultura mundial. A lógica da globalização é diretamente ligada à existência de cultura de classes que ultrapassam as especificidades locais e/ou nacionais; a partir de uma lógica de segmentação dos públicos, ela permite atingir públicos de massa.

Finalmente, em uma sociedade dividida em classes sociais, não existe homogeneidade das práticas culturais dessas diferentes classes; à estruturação em classes sociais corresponde uma hierarquia das práticas culturais das diferentes classes ou sub-classes sociais<sup>35</sup>. Tendo em vista a heterogeneidade das práticas culturais, não é possível associar determinadas práticas culturais a determinado espaço, seja ele local, regional ou nacional.

3.2 É preciso analisar a natureza do espaço no âmbito dessa sociedade global estruturada em redes. Tanto do ponto de vista sociológico quanto econômico, o espaço geográfico não constitui uma totalidade homogênea; ao contrário, ele é fragmentado, quer em função da estruturação em classes sociais, quer em função da existência de um centro e de uma periferia dentro do espaço considerado.

No que diz respeito ao primeiro aspecto, tanto do ponto de vista simbólico quanto material, existem modalidades de acesso socialmente diferenciadas aos diferentes serviços

e produtos materiais e imateriais; as distâncias são muito mais sociais, ou seja, ligadas ao tipo de conexões realizadas com o sistema mundial, que geográficas e físicas<sup>36</sup>.

Em relação ao segundo ponto, os estudos empíricos mostraram que esta globalização produz um desenvolvimento geograficamente desequilibrado. Os espaços geográficos que conseguem se conectar com o sistema mundial não geram efeitos benéficos para a região de implantação: as externalidades produzidas por essas conexões são endogeneizadas no seio das redes mundiais; há assim uma fragmentação do espaço geográfico à medida que apenas certos segmentos se aproveitam do dinamismo do sistema mundial<sup>37</sup>; esta fragmentação espacial se combina com uma fragmentação social, conforme já vimos.

### *Considerações finais*

Concordamos com Manuel Castells quando afirma que o espaço de fluxos substituiu o espaço dos lugares<sup>38</sup>. O espaço dos lugares está ligado ao espaço geográfico, como fonte de memória coletiva, como referenciais culturais comuns, mesmo se há uma reapropriação diferenciada desses referenciais. Ao contrário, o espaço dos fluxos se define a partir das conexões realizadas com essas redes mundiais; as relações em termos de poder político e econômico se definem no seio desses fluxos de informação, a pertença a determinado espaço geográfico e cultural torna-se um fator secundário. As identidades culturais e políticas se realizam neste tipo de espaço. Finalmente, as exclusões geradas por esta sociedade em redes se explicam, principalmente, a partir das possibilidades diferenciadas de conexão que os diferentes grupos sociais podem realizar; a dupla fragmentação (espacial e social) torna inadequada as análises unilaterais que, nos anos 60, focalizavam a oposição centro/periferia, em termos sociais, econômicos e culturais; hoje, a globalização se traduz por uma disseminação mundial deste tipo de contradição.

## Bibliografia

Baumol W. and Wolf, Edward N "Feedback Between R & D and Productivity Growth: A Chaos Model", in Cycle and Chaos in Economic Equilibrium, Jess Benhabib, Princeton University Press, 1992.

Bolaño, César , "La genesis de la esfera publica global", Nueva Sociedad n.147, Caracas, 1997.

Bourdieu, Pierre ,La Distinction. Critique sociale du jugement, Les Editions de Minuit, Paris ,1979.

Boyer, Robert ,La théorie de la régulation: une analyse critique, La Découverte, Paris, 1987.

Brenac, Edith, "Les remises en cause du modèle de service public dans les Télécommunications en Europe. Le politique dans la régulation sectorielle." in Réseaux n° 66, CNET-1994.

Castells, Manuel, em La société en réseaux, Fayard, Paris, 1998.

Champagne, Patrick, "La "publicisation" des opinions ", in L'espace public et l'emprise de la communication, sous la direction d'Isabelle Paillart, Ellug, Grenoble, 1995.

Charbit, Claire, La nouvelle réglementation des télécommunications en France: quel fonctionnement de marché?, paper apresentado no Colóquio Internacional "Economia das Tecnologias da Informação e da Comunicação", Campinas, novembro de 1997.

Favereau, Olivier ,"Notes sur la théorie de l'information à laquelle pourrait conduire l'économie des conventions", in L'Economie de l'information, sous la direction de Pascal Petit, La Découverte, Paris, 1998.

Habermas, Jürgen ,L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Editions Payot, Paris, 1978

-----, "L'espace public", 30 ans après, Quaderni n.18, Automne 1992.

Herscovici, Alain, "Economie des réseaux et structuration de l'espace. Pour une économie politique de la culture et de la communication", in Sciences de la Société n° 40-Février 1997, Toulouse.

-----, A "sociedade da informação": uma análise econômica. Reflexões sobre o papel da Informação e da Comunicação no capitalismo contemporâneo, XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Recife, 1998.

-----, Les convergences technologiques: une analyse économique, Colóquio Internacional, "Economia das Tecnologias da Informação e da Comunicação", Instituto de Economia, Unicamp, Campinas, novembro de 1997

-----, "O local na era da globalização: contribuição para uma análise crítica", in Revista Brasileira de Comunicação, vol.XIX, n°2, segundo semestre 1996.

-----, Economia da Cultura e da Comunicação, Fundação Ceciliano Abel de Almeida/UFES, Vitória, 1995.

Le Cacheux, Jacques, "Les apports de la Nouvelle École classique à l'analyse économique", Problèmes économiques n.2177, 30 mai 1990, La Documentation Française, Paris, 1990.

Lévi-Strauss, Claude, Race et Histoire, Editions Denoël, Paris, 1987.

Lipietz, Alain fala em Estado inserido em Caractères séculaires et conjoncturels de l'intervention de l'Etat, Cahiers du CEPREMAP, Paris, Octobre 1986.

Mankiw, G. , "Small Menu Costs and Large Business Cycles: A Macroeconomic Model of Monopoly", Quartely Journal of Economics, 100, May 1985.

Pascal Petit, "Organisation des marchés: le rôle des services et l'impact des nouveaux moyens de télécommunications", in L'Economie de l'information, op. cit.

Richardson, G.B. , "The organisation of Industry", Economic Journal, 82, 1972.

Richiéri, Giuseppe, "La convergence, les réseaux-marché et l'économie des industries de l'édition", in Les autoroutes de l'information. Un produit de la convergence, Presses de l'Université du Québec, J.G. Lacroix et G. Tremblay org.

Salaün, Jean-Michel, A qui appartient la télévision?, Aubier/Res Babel, Paris, 1989.

Smythe, Dallas, "Communication: Blindspots of Western Marxism", Revue canadienne de théorie politique et sociale, vol.1, n.3, Automne 1977.

Wohlens de Almeida, Márcio, "A reforma dos sistemas nacionais de telecomunicações: globalização e pressões para mudança ", in Revista Brasileira de Comunicação, INTERCOM, Vol. XVIII, n° 2, Julho/Dezembro de 1995, São Paulo, 1995.

## Notas

\* Doutor em Economia pelas universidades de Paris I e de Picardie, coordenador do Grupo de Trabalho "Economia Política da Comunicação" da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), membro do Núcleo de Extensão e Pesquisa em Comunicação (NEXO) da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e Professor do Departamento de Economia da UFES. (e-mail: alhersco.vix@zaz.com.br)

1. Robert Boyer, *La théorie de la régulation: une analyse critique*, La Découverte, Paris, 1987, p. 50 e seguinte.

2. Idem, p. 55

3. A este respeito, Alain Lipietz fala em Estado inserido em *Caractères séculaires et conjoncturels de l'intervention de l'Etat*, Cahiers du CEPREMAP, Paris, Octobre 1986.

4. Alain Herscovici, *Economia da Cultura e da Comunicação*, Fundação Ceciliano Abel de Almeida/UFES, Vitória, 1995.

5. Edith Brenac, "Les remises en cause du modèle de service public dans les Télécommunications en Europe. Le politique dans la régulation sectorielle." in *Réseaux* n° 66, CNET-1994

6. Jean-Michel Salaün, *A qui appartient la télévision?*, Aubier/Res Babel, Paris, 1989, p. 55.

7. Idem, p. 54. Este resultado é parecido com nossas conclusões; ver Alain Herscovici, , "Economie des réseaux et structuration de l'espace. Pour une économie politique de la culture et de la communication", in *Sciences de la Société* n° 40-Février 1997, Toulouse.

8. Dallas Smythe, "Communication: Blindspots of Western Marxism", *Revue canadienne de théorie politique et sociale*, vol.1, n.3, Automne 1977.

9. Márcio Wohlers de Almeida, "A reforma dos sistemas nacionais de telecomunicações: globalização e pressões para mudança ", in *Revista Brasileira de Comunicação*, INTERCOM, Vol. XVIII, n° 2, Julho/Dezembro de 1995, São Paulo, 1995.

10. Miège Bernard, Pajon Patrick, "La syntaxe des réseaux", in *Médias et Communication en Europe*, sous la direction de Bernard Miège, PUG, Grenoble, 1990.op. cit.

11. Márcio Wohlers de Almeida , op. cit.

12. Giuseppe Richiéri, "La convergence, les réseaux-marché et l'économie des industries de l'édition", in *Les autoroutes de l'information. Un produit de la convergence*, Presses de l'Université du Québec, J.G. Lacroix et G. Tremblay org., 1995.

13. Alain Herscovici, "Economie des réseaux et structuration de l'espace. Pour une économie politique de la culture et de la communication", op. cit. Mostramos, neste artigo, que é possível aplicar o conceito de bem patrimonial à Cultura e à Informação.
14. Consideramos, aqui, a distinção estabelecida por Manuel Castells em *La société en réseaux*, Fayard, Paris, 1998.
15. Claude Levi-Strauss, *Race et Histoire*, Editions Denoël, Paris, 1987, p. 62.
16. Manuel Castells em *La société en réseaux*, op. cit., p. 53.
17. Idem., p. 98. A este respeito, ver igualmente W. Baumol and Edward N. Wolf, "Feedback Between R & D and Productivity Growth: A Chaos Model", in *Cycle and Chaos in Economic Equilibrium*, Jess Benhabib, Princeton University Press, 1992.
18. Para uma análise detalhada, ver Alain Herscovici, A "sociedade da informação": uma análise econômica. Reflexões sobre o papel da Informação e da Comunicação no capitalismo contemporâneo, XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Recife, 1998.
19. Ver:- Alain Herscovici, *Economia da Cultura e da Comunicação*, op. cit., mais especificamente o conceito de economia da diferenciação.  
  
- Pascal Petit, "Organisation des marchés: le rôle des services et l'impact des nouveaux moyens de télécommunications", in *L'Economie de l'information*, sous la direction de Pascal Petit, La Découverte, Paris, 1998, p. 170.
20. Jürgen Habermas, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Editions Payot, Paris, 1978
21. Recentemente, Habermas voltou sobre suas posições, aceitando este tipo de crítica. A este respeito, ver " *L'espace public*", 30 ans après ", *Quaderni n.18*, Automne 1992.
22. A este respeito, ver, entre outros, Patrick Champagne, "La "publicisation" des opinions " ", in *L'espace public et l'emprise de la communication*, sous la direction d'Isabelle Paillart, Ellug, Grenoble, 1995.
23. É o que caracteriza o princípio do Habitus; a este respeito ver Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Les Editions de Minuit, Paris, 1979.
24. *L'espace public*, op.cit., , p. 131 a 134.
25. César Bolaño, "La genesis de la esfera publica global", *Nueva Sociedad n.147*, Caracas, 1997.

26. Alain Herscovici, Les convergences technologiques: une analyse économique, Colóquio Internacional, "Economia das Tecnologias da Informação e da Comunicação", Instituto de Economia, Unicamp, Campinas, novembro de 1997.
27. Olivier Favereau, "Notes sur la théorie de l'information à laquelle pourrait conduire l'économie des conventions", in L'Economie de l'information, op. cit.
28. Ver, por exemplo, G. Mankiw, "Small Menu Costs and Large Business Cycles: A Macroeconomic Model of Monopoly ", Quartely Journal of Economics, 100, May 1985.
29. Jacques Le Cacheux, "Les apports de la Nouvelle École classique à l'analyse économique, Problèmes économiques n.2177, 30 mai 1990, La Documentation Française, Paris, 1990.
30. Pensamos nas análise oriundas das matrizes marxianas, keynesianas e schumpeterianas.
31. G.B. Richardson, "The organisation of Industry", Economic Journal, 82, 1972.
32. Claire Charbit, La nouvelle réglementation des télécommunications en France: quel fonctionnement de marché?, paper apresentado no Colóquio Internacional "Economia das Tecnologias da Informação e da Comunicação", Campinas, novembro de 1997, p. 10.
33. Lévi-Strauss, op. cit.
34. Alain Herscovici, "O local na era da globalização: contribuição para uma análise crítica", in Revista Brasileira de Comunicação, vol.XIX, nº2, segundo semestre 1996.
35. Pierre Bourdieu, op. cit.
36. Giuseppe Richiéri, "La convergence, les réseaux-marché et l'économie des industries de l'édition", op. cit, p. 163.
37. Manuel Castells, op. cit., p. 132.
38. Idem, p. 424.

## **Las industrias culturales latinoamericanas en tiempos de la globalización. Algunas tesis.<sup>1</sup>**

*Enrique E. Sánchez Ruiz  
Universidad de Guadalajara*

1. No se puede entender a las industrias culturales sin ubicarlas en el contexto nacional e internacional en el que operan. El contexto contemporáneo es el de un mundo altamente interconectado, unipolar en ciertos aspectos (p. ej., el del poderío militar de Estados Unidos) y multipolar en otros (en términos de predominio económico). Es la globalización, etapa “trionfante” del capitalismo, después del derrumbe del llamado “socialismo real”. Un indicador posible de la mayor interconexión e interdependencia actual entre las naciones, lo constituyen los flujos de comercio exterior. En los últimos 50 años, la tendencia mundial general ha sido hacia la apertura de mercados. Entre 1950 y 1990, las exportaciones crecieron del 8% del Producto Mundial Bruto al 27%. En 1997, el comercio internacional era 14 veces el nivel que tenía en 1950. Esta tendencia se ha acelerado en los últimos años con el surgimiento de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, y bloques comerciales, como la Unión Europea, el TLCAN (NAFTA), Mercosur, ASEAN, etc. Los mercados de productos culturales también se han expandido: Entre 1980 y 1998, el comercio de bienes y servicios culturales se ha multiplicado por cinco (UNESCO 2000a). Pero los flujos de comercio internacional son desiguales. Por ejemplo, en 1994 los países desarrollados concentraban 69% de las exportaciones mundiales y 68% de las importaciones. El llamado Grupo de los Siete cubría el 51 y 50% respectivamente. América Latina y el Caribe participaban solamente del 4% de las exportaciones mundiales y del 5% de las importaciones.

2. Al contrario de lo que se clamó triunfalmente, el mundo no ha llegado al “fin de la historia”, ni entrado al “reino de utopía” después de la caída del muro de Berlín. Ante la llamada globalización, de hecho, el contexto mundial ha devenido altamente desigual. Parecería ser que ahora la polarización creciente es entre países pobres y países ricos.

---

<sup>1</sup>. Texto leído en el Panel “Las Industrias Culturales en las Américas”, en el 50 Congreso de la International Communication Association (ICA), Acapulco, Gro., 2-5 de Junio 2000.

El *Informe sobre el Desarrollo Humano* de 1999 indica que dos tercios de la humanidad no se han beneficiado del nuevo modelo económico basado en la expansión del comercio internacional y del desarrollo de nuevas tecnologías, y están excluidos de participar en la Sociedad de la Información (UNDP 1999). En el *World Economic Outlook* de 1997, el Fondo Monetario Internacional expresa que:

Dicho en términos simples, durante los últimos treinta años la gran mayoría de los países en desarrollo ... se han mantenido en el más bajo quintil de ingresos o han caído en él desde una posición relativamente más alta. Más aun, ahora hay menos países en desarrollo de ingreso medio y la movilidad ascendente parece haber disminuído en el tiempo. Mientras durante el período 1965-1975 había cierta tendencia a que los países se movieran hacia niveles más altos y progresaran relativamente con respecto a las economías avanzadas, las fuerzas de la polarización parecen haberse hecho más fuertes desde los inicios de los años ochenta (IMF 1997: 78).

Por otra parte, un informe del Sistema Económico Latinoamericano (SELA 1999) indica que en el Hemisferio Occidental la situación es sólo un poco menos dramática que a nivel mundial: Hay dos países de economías muy avanzadas Estados Unidos y Canadá, que en 1995 presentaban un PNB de \$26,890 Dls. y \$19,380, respectivamente. Y por otro lado, los países de América Latina y el Caribe, todos países “en desarrollo”, con un PNB per cápita promedio de \$3,320. Si se consideran los extremos, destaca que Estados Unidos tiene un PNB per cápita 108 veces superior al de Haití (\$250).

Al interior de los países también se han generado y agrandado desigualdades. Solamente un indicador sobre América Latina. La Comisión Económica para América Latina de las Naciones Unidas (Cepal 1998) calcula que en 1997, el 36% de los hogares latinoamericanos se encontraba bajo la línea de la pobreza (54% en las zonas rurales). El rango iba desde el Uruguay con sólo el 6% (otros países con una proporción baja: Costa Rica y Chile con 20%), hasta Honduras con el 74% de su población bajo la línea de la pobreza, El Salvador con 48%, Bolivia con 47%, México con 43%.

3. La desigualdad mundial en riqueza y en el acceso de la población a los beneficios del progreso se refleja en la inequidad en el desarrollo de las industrias culturales y en el acceso diferencial de los ciudadanos a estas fuentes de entretenimiento, información y educación. Así, por ejemplo una encuesta reciente de la UNESCO (2000b) sobre las industrias cinematográficas nacionales, muestra que la capacidad de producción cinematográfica tiene una alta correlación con diversos indicadores de desarrollo como el producto nacional bruto y la urbanización, así como con otras variables de medios, tanto en términos de posibilidades de producción como de recepción. A pesar de que China (incluyendo a Hong Kong), India y Filipinas se encuentran entre los mayores productores de filmes del mundo, Estados Unidos da cuenta de 85% del comercio mundial cinematográfico registrado en tal encuesta (ibid.). Con respecto al acceso a las nuevas tecnologías, demos un ejemplo: datos recientes de la OCDE (2000) indican que en 1999 Canadá y Estados Unidos daban cuenta del 55.9% de los usuarios de Internet en el mundo. Europa casi una cuarta parte (23.5%). El área Asia-Pacífico 16.7%. Latinoamérica contaba apenas con el 2.6% de usuarios, en mejor posición que Africa (0.9%) o el Medio Oriente (0.4%).

De un *Inventario de Medios de Comunicación en América Latina* que realizó CIESPAL durante el decenio pasado, se desprende una alta concentración en el acceso a los medios, de acuerdo con los niveles de desarrollo de los países. Así, Brasil y México poseían más de la mitad de los periódicos y de las estaciones de radio y televisión del subcontinente (López Arjona 1993).

4. La desigualdad en el desarrollo de las industrias culturales a su vez se refleja en los flujos e intercambios internacionales.

El comercio de productos culturales ha crecido exponencialmente. Entre 1980 y 1998, el valor anual del comercio de bienes culturales pasó de 95,340 millones de dólares a 387,927 millones de dólares (UNESCO 2000).

Sin embargo, la mayor parte de esos intercambios ocurren entre un número pequeño de países: en 1990, Japón, Estados Unidos, Alemania e Inglaterra daban cuenta del 55.4% de las exportaciones mundiales. Francia, Estados Unidos, Alemania e Inglaterra importaban

47% del total mundial. En 1998, China se sumaba a los dos grupos recién descritos, y en cada caso, los llamados “nuevos cinco grandes” concentraban 53% de las exportaciones y 57% de las importaciones (ibid.).

En un estudio sobre la industria audiovisual iberoamericana (Latinoamérica, más España y Portugal), se muestra que cinco empresas concentraban casi el 90% de las exportaciones de cine, video y televisión: Televisa, Rede Globo, Venevisión, Radio Caracas TV y RTVE. Las exportaciones de Televisa a su vez representaban casi el 50% del total. No obstante, las ventas de programas al extranjero constituyen todavía un porcentaje pequeño de los ingresos de estas compañías (MR & C 1998). Aun así, el gigante mexicano de medios ha incrementado sus ventas al exterior en los últimos años. Por ejemplo, según los informes anuales de Televisa, sus ventas netas al extranjero evolucionaron, de 9.9% en 1993, al 17.6% en 1997. El 75.3% del valor de sus exportaciones, y 97% de sus importaciones en 1997, se originó de Estados Unidos (Televisa, 1998). La alta proporción de exportaciones a Estados Unidos se explica en virtud de la manera diferencial en que se establecen los precios de programas televisivos en el mercado internacional, en términos del “poder adquisitivo” de cada país. Por dar un ejemplo, en 1990 Centro y Sudamérica compraron el 71% de las horas/programa que Televisa exportó, pero esto constituyó sólo el 37% de los ingresos recibidos. Estados Unidos, por otra parte, recibió solamente 9% de las horas de programación y aportó el 52% de los ingresos totales por ventas al exterior.

5. A pesar de la imagen optimista que se ha creado de Latinoamérica, ya sea como autosuficiente en el plano audiovisual (esp. telenovelas), o incluso como región exportadora, en realidad sigue siendo importadora neta.

Según el estudio recién citado de Media Research & Consultancy-Spain, aun México, que concentraba el 50% de las exportaciones de la industria audiovisual de Iberoamérica en 1997, es país deficitario: en 1996 se estima que tuvo un déficit de 158 millones de dólares y en 1997 de 106 millones de dólares (2,247 millones la región entera) (MR&C 1997; 1998). Partiendo de datos oficiales, yo calculé que para el mismo 1997 México tuvo un déficit de 22.7 millones de dólares solamente en la balanza comercial televisiva (Sánchez Ruiz 2000).

Un 87%% de las importaciones audiovisuales de Iberoamérica, provenía de Estados Unidos; 6% de otros países europeos y 5% de la propia región. Solamente de televisión, el 95% de las señales importadas vía satélite (925 millones de dólares) y 77% de los programas (más de 900 millones dls.), provenían de Estados Unidos. Una alta proporción de las señales que se importan se transmiten por televisión de paga, que aun es minoritaria en América Latina.

En el diagnóstico que realizó CIESPAL se encontró que los intercambios entre países latinoamericanos eran menos intensos de lo que se suele suponer. Así, del total de horas de programación importada en los 16 países incluídos, el 62% se originaba en Estados Unidos; de los propios países latinoamericanos provenía el 30%, mientras que de Europa y Asia eran respectivamente el 6% y 1.7% (Estrella 1993). Sin embargo, es claro que unos pocos países latinoamericanos están adquiriendo mayor capacidad de producción y exportación, como Brasil, México, Argentina y en menos medida Venezuela, Perú y Colombia.

Si bien la tendencia en líneas generales en la televisión abierta es hacia la disminución de la programación importada de Estados Unidos, en la televisión de paga, que se está expandiendo rápidamente entre los segmentos altos y medios del espectro socioeconómico latinoamericano, siguen siendo muy altas las importaciones. Por ejemplo, en Chile, en 1998, en la televisión abierta cerca del 40% era importado, mientras que en la televisión por cable la proporción importada era del 73%. La mitad de ésta provenía de Estados Unidos (Consejo Nacional de Televisión 1999; Secretaría de Comunicación y Cultura 1999).

Es ya casi un lugar común que el público Latinoamericano tiende a preferir la programación local, usualmente deportes (futbol), telenovelas y noticieros. Pero un género que suele ocupar los primeros lugares en preferencias, junto con los anteriores, son las películas cinematográficas. Y de éstas, las que más abundan en la oferta en el mercado audiovisual global son las de Estados Unidos. Así, por ejemplo según datos publicados en un desplegado periodístico por Televisa, de los cien programas más vistos en la televisión mexicana durante 1996, 46 fueron películas de Hollywood, transmitidas por el Canal 5, que se especializa en programación extranjera infantil y juvenil (Siglo 21 1996).

6. La expansión y diversificación de nuevas opciones audiovisuales (televisión digital, todas las modalidades de TV de paga, DVDs, etc.), que han sido hechas posibles por la digitalización, está ya trayendo nuevas demandas de productos culturales audiovisuales. Los países latinoamericanos deben generar la capacidad para cubrir una parte importante de esa demanda al interior de cada uno, a fin de no tener que cubrirla principalmente en los mercados externos. Para que se genere tal competitividad externa, se necesita crear un ambiente competitivo interno.

7. Pero la convergencia que se ha ido dando entre las tecnologías de información, las telecomunicaciones y los medios audiovisuales a su vez está trayendo consigo otro tipo de convergencia, en la forma de las grandes fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas entre corporaciones (por ejemplo, del lado del “hardware” las empresas de telecomunicaciones, con las de televisión, para ofrecer servicios de Internet, TV de cable, telefonía y entretenimiento televisivo, entre otras posibilidades).

8. La alta concentración en unas pocas empresas de la producción y puesta en circulación, junto con la disparidad en los flujos e intercambios internacionales de productos culturales, limitan la diversidad y pluralidad de las manifestaciones culturales que circulan. Por ejemplo, en Iberoamérica el estudio de las principales empresas de televisión abierta por nivel de ingresos muestra que las diez mayores concentran el 70% del total de facturación del sector. Ya vimos que cinco firmas concentraban el 90% de las exportaciones en 1997 (MR&C 1998).

9. Los productos culturales no son solamente mercancías para ser consumidas en el corto o mediano plazo (como “bienes duraderos” o “no duraderos”). Los bienes y servicios de la industria cultural son, además de mercancías, propuestas de sentido sobre el mundo que nos rodea; constituyen propuestas de definición sobre quiénes somos (y quiénes **no** somos – identidad y alteridad--); los contenidos simbólicos de los productos culturales proponen socialmente --y a veces imponen-- patrones estéticos --qué es lo bello y lo no bello--; proponen pautas éticas y contribuyen a configurar la moral social prevaleciente (lo

“correcto/incorrecto”; lo “normal/anormal”, lo propio y lo impropio, lo propio y lo ajeno, ... ). Proponen representaciones sobre los diversos niveles de posibles “comunidades imaginarias”, desde lo local hasta lo “global”. Es decir, desde las identidades de barrio, pasando por las identificaciones con lo nacional o con lo deslocalizado, trans-nacional. Pueden ser portadoras simbólicas de las nuevas utopías socio-históricas (mundos posibles). Son universos simbólicos ligados a las comunidades que los producen y a colectividades afines con las que conectan a las primeras.

Pero también y principalmente, son dispositivos que pueden mostrar la gran diversidad, pluralidad y riqueza de las manifestaciones culturales (en el sentido más amplio: lenguajes, músicas, costumbres, vestidos, cocinas, etc.) que existen en el mundo.

10. Las industrias culturales no deben ser dejadas sin más en las “manos invisibles”, pero ciegas e insensibles, del mercado. Esto **no** significa regresar a los esquemas estatistas e intervencionistas del pasado, sino simplemente que el Estado, en tanto representante legítimo de quienes pueblan una nación, pueda **regular, u orientar** a las fuerzas ciegas de la oferta y la demanda. Si un gobierno es elegido democráticamente y opera con plena transparencia, sus objetivos y formas de operación efectivamente representan el interés común.

No se trata, entonces, de “apostar” por el mercado o por el Estado. La oferta y la demanda son de hecho fuerzas ciegas que, no hay duda, efectivamente ejercen presiones estructurales sobre los ciclos de producción, distribución y consumo de productos culturales. Pero ni la oferta ni la demanda poseen inteligencia, ni conciencia propias, ni sensibilidad humana, ni “identidad cultural” o étnica ...

11. El mundo “globalizado” y altamente interdependiente (aunque de manera sumamente asimétrica) no ha logrado borrar las naciones, ni los Estados-nación. Excesivamente acotados, en especial en lo que se refiere a políticas económicas, pero los gobiernos continúan siendo actores centrales al interior de cada nación, y en el concierto internacional. Reducida, pero la soberanía nacional aún existe y se ejerce. Los países como entidades geopolíticas, geoeconómicas y “geoculturales”, siguen teniendo intereses

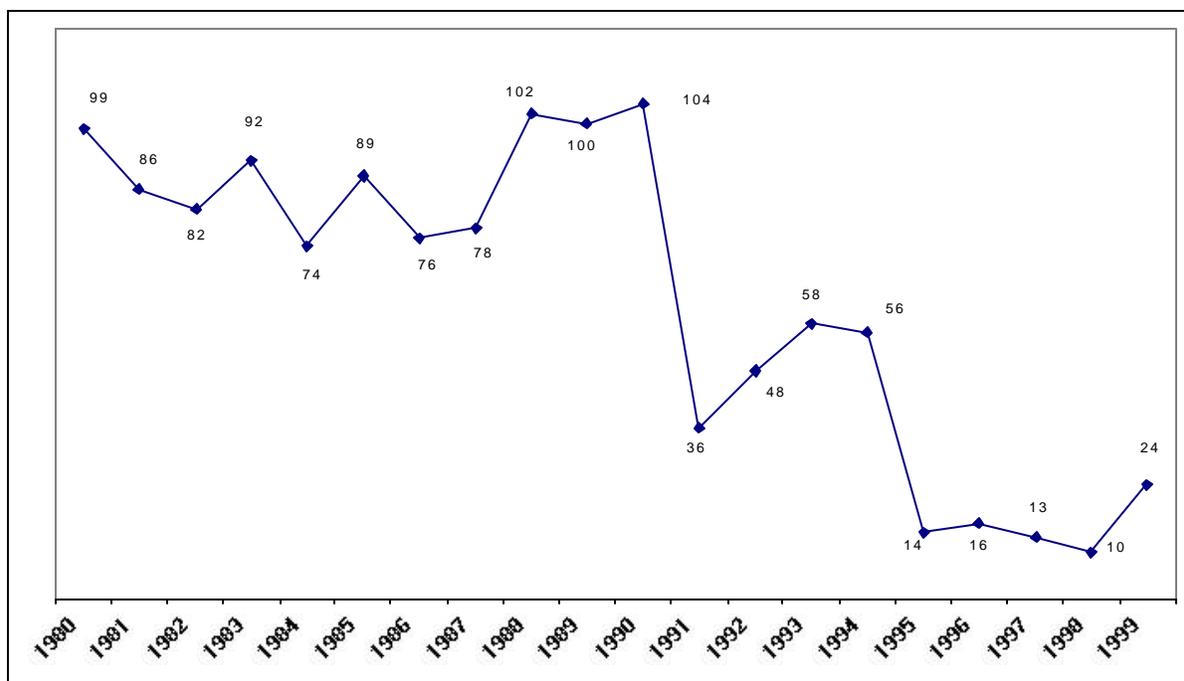
nacionales de frente a otras naciones y a los nuevos poderes trans- y multinacionales. La nacionalidad continúa siendo una referencia simbólica-espacial significativa para la inmensa mayoría de los pobladores de la mayoría de los países. Si es el caso de que la democracia ha avanzado en el mundo y en particular en América Latina durante las últimas décadas, entonces los gobiernos son representantes legítimos de los intereses nacionales en cada caso. Entonces, es legítimo que ejerzan políticas públicas para hacer competitivas y eficientes, plurales y diversas, las industrias culturales.

12. Hay muestras de que ciertas políticas de apoyo a las industrias culturales, en particular las del sector audiovisual, ayudan al desarrollo de las mismas. Por ejemplo, las industrias cinematográficas de Argentina y Brasil han repuntado gracias al impacto de nuevas leyes de fomento. De acuerdo con los resultados del programa de investigación Euroficción, está ocurriendo un proceso de reconquista de las pantallas televisivas europeas por parte de los programas de ficción locales, que se están produciendo gracias a los programas de apoyo al audiovisual implementados por la Unión Europea (Buonano 1999). Algo similar estaría ocurriendo con la cinematografía Europea, según el Observatorio Europeo del Audiovisual. Aun el gobierno chileno, que se ha caracterizado por instrumentar políticas económicas neoliberales “ortodoxas”, está estudiando mediante su ministerio de Educación y Cultura, formas posibles de apoyar su sector audiovisual (Secretaría de Comunicación y Cultura 1999). Las exportaciones canadienses de productos culturales se han duplicado en los últimos años, en parte gracias a las políticas públicas que, más que “proteger” el sector, buscan promoverlo y desarrollarlo (SAGIT 1999).

Con la convergencia entre las telecomunicaciones, las tecnologías de información y los medios de comunicación, está ocurriendo (en los niveles nacionales y globalmente) una intensificación del proceso de concentración de las empresas, con integraciones verticales y horizontales de “hardware y software”, de las redes y los contenidos. Tal convergencia industrial, tendencia hacia la concentración y centralización del capital, tiene implicaciones políticas, en términos de constituirse en un obstáculo potencial para la pluralidad y la democracia. Ya pasaron y se superaron los años del estatismo e intervencionismo autoritarios de los años setenta. Sin embargo, desde la perspectiva de salvaguardar la

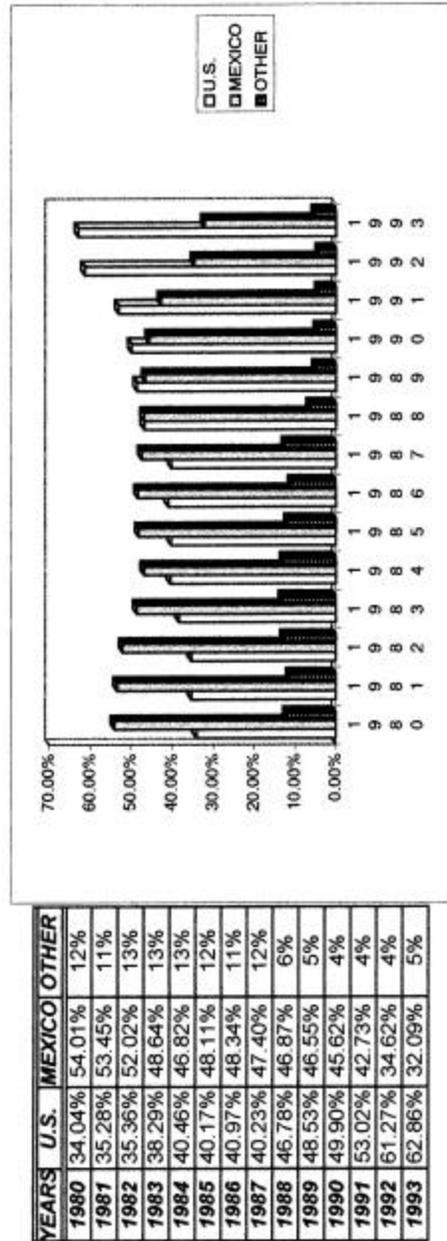
diversidad cultural y el pluralismo político, la competencia y la competitividad de las empresas particulares, los gobiernos democráticos legítimos de la región deberían repensar seriamente desde el plano nacional y como región (o como subregiones) la situación de sus industrias culturales. Dados los imbalances, desigualdades y asimetrías que prevalecen en el sector, deberían ejercer políticas que impulsen un desarrollo cultural más sano, diverso y equilibrado.

Figure 1



Mexico. Feature Film Production, 1980-1999 Source: National Chamber of the Cinema Industry, Several Reports.

**FIGURE 2.**  
**Mexican and U.S. Feature Films Shown in Mexico 1980-1993.**  
**(Percentages)**



Source: *Estadísticas de Cultura. Cuaderno Num. 1, México: INEGI, 1995.*

**Bibliografia.**

- 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).
- Buonano, Milly. 1999. *Eurofiction. Television Fiction in Europe. Report 1999*. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory.
- 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. 2000b. *European films on European televisions*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- European Audiovisual Observatory. 2000c. "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.
- 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.
- López Arjona, Ana. 1993. *Inventario de Medios de Comunicación en América Latina*. Quito: CIESPAL.
- 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.

- 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. 1996. "Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México", en *Comunicación y Sociedad*, No. 27, Mayo-Agosto.
- 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.
- 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.
- Televisa. 1998. *Informe Anual 1997*. México: Grupo Televisa.  
[http://www.televisa.com.mx/info97/e\\_on22.html](http://www.televisa.com.mx/info97/e_on22.html) (20/08/98).
- UNDP. 1999. *1999 Human Development Report*. New York: Oxford University Press
- UNESCO. 2000<sup>a</sup>. *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](http://mirror-us.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/survey).

## Caderno central

### **Sociedade do Conhecimento: Integração Nacional ou Exclusão Social?**

*Abraham Benzaquen Sicsú*  
*Lúcia Carvalho P. de Melo*<sup>2</sup>

#### **I. Localizando a Questão**

Toda mudança estrutural traz, em si, diferentes possibilidades de impactos espaciais, principalmente se é pensado um país de dimensões continentais como o Brasil. De um lado pode vir a ser fator adicional no movimento de concentração espacial e de aprofundamento das disparidades regionais. Por outro, traz em seu bojo a possibilidade de repensar o modelo e vir a constituir-se em fator de redirecionamento do desenvolvimento, permitindo um crescimento mais harmônico entre os diversos subespaços do país. O caminho seguido depende não só da concepção e planejamento das ações mas, principalmente, do envolvimento dos diferentes atores e das políticas utilizadas para o seu direcionamento.

A iniciativa brasileira da construção de um programa que crie as bases para a inserção do País no novo paradigma da sociedade da informação e do conhecimento globalizados - O Programa Sociedade da Informação, capitaneado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia - pode contribuir como fator de mudanças estruturais profundas e, como tal, deve ser pensado nos diferentes impactos espaciais que sua implementação poderá trazer. Nesse sentido, é fundamental que se explicitem bases conceituais que possam referendar a proposta.

A definição do que se entende por conhecimento e sua relação com a informação é orientador da escolha de estratégias. Como referência ao presente texto considera-se como adequada a definição proposta pelo professor Cheik Wagüe, sintetizada pela equação  $K = (P + I)^s$ , onde o conhecimento (K) seria uma função exponencial das variáveis

---

<sup>2</sup> Ambos são Pesquisadores Titulares da Fundação Joaquim Nabuco.

recursos humanos ou cérebro humano (P) adicionadas a tecnologias da informação (I), entendidas como informática, telecomunicações, entre outros, potencializados pelo índice de compartilhamento (s) – indicativo da formação de redes ou “network”. Note-se que por se tratar de curva exponencial, o crescimento da função se dá a taxas extremamente altas.

Tendo esse conceito em mente, pode-se notar que mudanças significativas estão associadas à disseminação desse novo paradigma, com repercussões diretas nos processos de geração e difusão das inovações, fator definidor da dinâmica de crescimento e seu ritmo. As novas possibilidades de compartilhamento amplificadas pelas novas tecnologias da informação e comunicação ou seja, a formação de redes, permite tornar menos caro aquele que historicamente foi o ponto de estrangulamento dos processos de crescimento, a geração de novos produtos e serviços, e sua difusão. Por outro lado, ao tempo em que tais tecnologias aproximam pessoas e instituição contribuindo para uma maior sinergia dos (fluxos) informacionais, em velocidades cada vez maiores, as exigências e requerimentos para participação, assim como seu potencial de exclusão, são exarcerbados.

Nos países em que o processo de penetração de tais tecnologias se expande em ritmo acelerado, o grupo dos países líderes, observa-se, como em nenhum outro momento da história, um crescimento econômico a taxas cada vez mais significativas. Nos Estados Unidos estima-se que entre 1995 e 1998 as indústrias de Tecnologias da Informação -TI responderam por mais de 1/3 do crescimento do PIB no período. Na Espanha, entre 1997 e 1998 o setor cresceu cerca de 18%. O potencial de geração de riqueza associado a tal fenômeno não tem se mostrado, todavia, propulsor, na mesma medida, de integração econômica, ou de qualquer caracter distributivo. Ao contrário, observa-se uma tendência de potencial exclusão, com o surgimento de um novo divisor entre os que tem acesso e aqueles que não o têm. Uma clivagem potencial que, ao guardar uma relação direta com a renda e nível educacional, quando agregada ou adicionada àquelas herdadas ou acumuladas ao longo da história, proporcionarão desequilíbrios sociais absolutamente intoleráveis.

O maior desafio das iniciativas voltadas para difusão das tecnologias da informação, em suas diversas aplicações, inclusive a nível mundial, é garantir a equidade de participação no novo padrão de desenvolvimento. Para inserir minimamente, em termos competitivos as diferentes populações e sub-espacos no processo de competição mundial é fundamental garantir o acesso à infra-estrutura física e, simultaneamente, capacitar os diferentes substratos da população no uso e domínio da linguagem adequada. A fluência em TI em todos os níveis e requisitos é imprescindível. Nesse sentido, o progresso econômico para ter rebatimentos sociais esperados necessita de uma ação efetiva do estado corrigindo distorções e permitindo a universalização do acesso indiscriminado aos meios básicos de participação na nova sociedade.

Para que esse sistema possa se desenvolver a plena capacidade, fatores culturais, não devem ser vistos como impeditivos, mas sim como elementos de vantagens competitivas a serem valorizados. Eles, inclusive, podem ser o determinante da inserção no mundo globalizado, definidores de afinidades das diferentes regiões com heranças culturais afins, e facilitadores da consolidação de laços econômicos e políticos. Podem ser a chave de novos portais no mundo que está se configurando. Neste sentido, questões educacionais ganham grandes dimensões e, em alguns casos, são determinantes de mudanças.

Não é simples reestruturar os sistemas de produção e comercialização, não é automática a aceitação de um novo padrão de relacionamento em uma sociedade que tinha seu “modus operandi” já definido (base Taylorista). Os obstáculos para superação do velho e adoção do novo por uma sociedade estão bem postos e atualizadas na citação de Keynes : “o difícil não é introduzir o novo, o difícil é superar as velhas idéias”.

Na questão educacional, outros desafios são postos. Segundo Dias, na evolução dos paradigmas tecnológicos, cada vez mais, a educação é um fator determinante. Se na era da metal-mecânica, ou seja, das máquinas simples, a mera observação e o “jeito” poderiam superar barreiras; se na eletromecânica, como o fator elétrico era apenas um elo de ligação, ainda pode-se pensar em uma certa relativização do fator educacional; na sociedade da

informação tal postura é impossível, sendo exigido conhecimento formal no mínimo em nível médio para participar ou operar os processos.

As observações supra expostas levam à questão básica que motivou este artigo, qual seja, levantar a discussão de quais critérios devem ser norteadores de uma política que permita à Sociedade da Informação ser um elemento a mais na busca de uma integração nacional mais equânime e não um fator de exclusão regional. Para tanto, procura-se apresentar no item II traços da tentativa atual de retomada da questão regional no planejamento do desenvolvimento brasileiro; no item III discutir estratégia que deve orientar um programa de base tecnológica para articular-se nesse esforço; e, por fim, no item IV, a guisa de conclusão acenar para a relevância das políticas e programas comandados pelo setor público deixarem claro seus impactos espaciais e seu contributo para a integração nacional. O objetivo principal é levantar pontos para discussão pois acredita-se que, para serem aceitos e eficazes, esses princípios devem, necessariamente, serem incorporados pelos agentes da sociedade com as modificações que forem acordadas como relevantes.

## **II. A Retomada da Questão Regional**

Nas últimas décadas, as políticas públicas nacionais e o planejamento principalmente, não deixaram claro o papel do problema regional. As visões, em geral, procuravam enfatizar questões setoriais e, com isso, não se configurou uma política de espacialização de impactos de diferentes programas. Desta maneira, não era prioridade enfrentar os graves problemas advindos do processo, historicamente, extremamente concentrado do desenvolvimento brasileiro. É bem verdade que, como passamos por décadas em que o crescimento foi muito pequeno, tal enfoque não trouxe impactos alarmantes. No entanto, em época de retomada de crescimento, como vem sendo anunciado pelos especialistas, cabe uma reflexão mais profunda sobre o assunto.

Deve-se ressaltar que a questão regional ganha relevância inclusive a nível dos países centrais. Os avanços tecnológicos e o acelerado processo de globalização deixaram mais evidente a necessidade de tratar a questão, não seja apenas pelo lado dos graves problemas sociais que ela revela, mas também, e talvez, principalmente, pela exclusão ao consumo e limitação da expansão de mercados. Ao pensar a questão regional surge com força o potencial da diversidade das riquezas culturais e econômicas a serem exploradas como novos e diferenciados mercados. Neste sentido, no entanto um forte limitante está associado ao perfil do desenvolvimento de cada sub-espço. No caso brasileiro, é bom lembrar, que o Índice de Desenvolvimento Humano –IDH é revelador dessas disparidades mostrando que as regiões periféricas e os bolsões de pobreza apresentam indicadores extremamente pequenos em relação às regiões dinâmicas. Cabe salientar, que se do lado econômico tal fato é por se só relevante, torna-se ainda muito mais severo quando se toma em consideração os indicadores relativos à capacidade de geração e utilização de conhecimentos. E este é certamente o caso de que trata a Sociedade da Informação e do Conhecimento.

Adicionalmente, deve-se destacar que um país continental como o Brasil deve ser pensado também em seus fatores integrativos. Nesse aspecto, surge a uniformidade lingüística como vantagem a ser explorada. E para tal, é necessário “nacionalizar” a linguagem da sociedade da informação. A complementaridade de mercados, a cultura federativa, entre outros, podem surgir como elementos a serem explorados na construção de um novo padrão de desenvolvimento. A universalização do acesso passa por adequar a sociedade do conhecimento a essa identidade nacional e ao reconhecimento das peculiaridades locais e/ou regionais.

Baseado em tal visão, algumas iniciativas atuais, refletem essa preocupação e poderão ser o embrião de uma estratégia de espacialização do crescimento. É interessante, rapidamente, ater-se pelo menos a três atualmente em discussão ou implementação a partir de organismos federais.

A proposta, originariamente do Ministério de Orçamento, Planejamento e Gestão, de analisar o planejamento de ações estruturadoras para o país tendo por base eixos de desenvolvimentos, é importante iniciativa nessa direção<sup>3</sup>. Pode-se questionar se os eixos escolhidos seriam os mais adequados, ou se não era relevante incluir outros, no entanto, é fundamental perceber que tal postura procura deixar claro quais são os impactos nos diferentes espaços subnacionais. Também, a idéia subjacente de que as diferentes subregiões que não estão incluídas nos Eixos, naturalmente, se articulariam com estes, parece questionável. É básico que se criem mecanismos que permitam o trasbordamento dos efeitos positivos nesses espaços para os de pouco dinamismo econômico, evitando o agravamento dos problemas sociais existentes. No entanto, essa iniciativa parece ser importante indicador de que um país das dimensões do nosso, deve ser pensado em seus diferentes espaços, com as peculiaridades de cada ambiente.

Um segundo enfoque que deve ser observado complementarmente, é o proposto pelo Ministério da Integração Nacional. Tem-se em mente analisar as cadeias de valor existentes e a sua consolidação para dar maior sustentabilidade ao desenvolvimento. Ao analisar as relações de fornecedores/ produtores/ clientes, ou a estrutura de entidades que devem ser articuladas para consolidar uma determinada cadeia, não o faz no abstrato, mas sim procura analisar dentro da concretude dos diferentes sub-espacos em que as relações ocorrem. Se forem articuladas aos Eixos de desenvolvimento, podem ser um mecanismo importante no sentido de permitir um maior espraiamento do desenvolvimento.

Por fim, deve-se ter a atenção para as propostas e negociações que o Ministério da Ciência e Tecnologia vem mantendo para a criação dos Fundos Setoriais de Apoio à Ciência e Tecnologia, como o do Petróleo, das Telecomunicações, entre outros. Nestes, tem sido explicitada a questão regional, inclusive com a definição de percentuais de investimentos cativos para diminuir o “gap” inter-regiões, criando, ampliando e consolidando uma infra-estrutura, física e de pessoal, compatível com uma maior inserção

---

<sup>3</sup> Ver Programa Plurianual de Investimentos – Avança Brasil

competitiva. A idéia é que a infra-estrutura, inclusive a tecnológica, é um pré-requisito para a competitividade econômica. Desta maneira, procura-se deixar explícito que as diferentes regiões do país encontram-se em condições desiguais e, portanto, devem ser tratadas desigualmente.

Evidentemente, que tais iniciativas, de per si, não podem ser consideradas como uma política de espacialização do desenvolvimento coesa e hegemônica no planejamento nacional, mas, combinadas, podem ser consideradas um embrião para esta e definidoras de parâmetros para repensar a questão regional.

### **III. Estratégia para Espacialização**

Iniciativas na área das tecnologias da informação tem como característica básica a “eliminação” de distâncias e de tempo. Essa característica é que pode torná-las “revolucionárias”, trazendo profundas transformações no ambiente de atuação. A disseminação dessas ações permite suplantar problemas, o que antes somente era possível a custos excessivamente altos.

Admitindo esse conceito como estratégico, uma iniciativa organizada de promoção e difusão das TI no País, que leve em consideração os elementos supracitados, poderá ser básica para o crescimento harmônico do país. Nesse sentido, não deve se limitar apenas a criação de infra-estrutura, mas sim trazer em si um conceito norteador e as conseqüentes ações específicas, para superar entraves à disseminação ampla da “cultura” da teleinformática no país.

No que tange a ações de espacialização do desenvolvimento, mecanismos devem ser estruturados a fim de permitir a participação das diferentes regiões e populações. É importante salientar que não se entende esta estratégia como uma superposição de planos para as diferentes regiões macro-geográficas, mas sim como um novo referencial para pensar as diferentes lógicas que direcionam a dinâmica dos processos. Assim, por exemplo,

o pensar da dinâmica econômica das capitais em contraposição da dos municípios periféricos, a dinâmica cultural do meio rural e do meio urbano, a própria concentração da riquezas e das oportunidades devem ser explicitadas nos diferentes sub-espços e agregadas às similares para propostas de ações. Questões semelhantes devem ser tratadas com um mesmo foco. Ou seja, não se propõe aqui, tratar a questão regional de uma maneira convencional mas sim partindo das especificidade de cada espaço propor ações para uma política nacional que enfrente os desequilíbrios existentes.

Tendo essa diretriz em mente, procurar-se-á listar uma série de linhas de ação, não exaustiva, que acredita-se serem estratégicas:

- Propiciar infra-estrutura compatível com o planejamento do crescimento dos diferentes sub-espços tendo como referência básica, os Eixos de Desenvolvimento Mas não só, viabilizar ações de disseminação de bases de dados e de sistemas de informações, sejam gerenciais, mercadológicas ou tecnológicas, dando um diferencial competitivo aos Eixos;
- Intensificar a capilaridade das redes proporcionando uma crescente articulação entre fornecedores/ produtores/ clientes, bem como entre produtores e entre esses e as instituições de apoio, das diferentes cadeias de valor, tendo por base a busca de uma maior competitividade dos segmentos produtivos identificados como de maior potencial
- Procurar, crescentemente, inserir regiões do país que tem infra-estrutura deficitária na área de teleinformática, gerando com isso condições de atratividade para uma desconcentração do desenvolvimento. A alocação de um percentual de investimentos cativo para a criação e melhoria das condições de acesso em regiões deprimidas economicamente é fundamental.
- Criar programa de largas proporções na área de educação, inclusive à distância, capacitando para o uso intensivo da tecnologias da informação. Este programa , além de colaborar para a melhoria das condições de vida, pode vir a ser essencial para o resgate da cidadania nos dias atuais;

- Orientar ações estruturadas para resolver problemas sociais crescentes em nossas diversas regiões. Por exemplo, através de ações de vulto, grande contributo para a saúde pública pode advir da área das tecnologias da informação.
- Considerar a preservação da memória como referencial diferenciador dentro da estratégia competitiva .
- Explorar as oportunidades de inserção internacional baseadas na diversidade cultural e afinidade econômica dos diversos pólos regionais, potencialmente amplificadas pelas tecnologias da informação.

Outras ações podem ser concebidas e o debate entre o governo, a comunidade técnica e a sociedade civil deverá ser fórum adequado para validá-las. Cabe destacar que iniciativas dessa natureza devem passar por um amplo debate que reconheça as especificidade existentes valorizando os pontos fortes de cada sub-espço e indicando correções para os elos frágeis das cadeias. Neste sentido pode ser visto como um repensar de um projeto nacional e ser utilizado como elemento indutor da integração nacional. É um processo que deve ser constantemente aprimorado através da validação pela própria sociedade.

#### **IV. A Guisa de Conclusão**

Compreender que o país passa por uma conjuntura em que pretende-se consolidar a “inserção competitiva” de sua economia no processo de mundialização é o primeiro passo para pensar em uma iniciativa como o da Sociedade da Informação. Nesse sentido, ele deve ser visto como um elemento de suporte dessa estratégia. E, como tal, pretende-se que seus caminhos estejam fortemente acoplados às políticas de desenvolvimento do país e de suas macro regiões. No entanto, esta é apenas uma de suas facetas. Não deve-se esquecer que as diferentes regiões estão desigualmente preparadas para participar desse processo e, portanto, é função do Estado prepará-las para reverter esse quadro, garantindo assim a universalização das oportunidades. Evidentemente, não se pretende que essa ação isolada

venha resolver problema de tal monta, mas, ao preocupar-se com a questão e criar, ou apoiar, mecanismos que venham ao encontro dessa visão, poderá dar significado maior a suas ações. Portanto, entende-se ser este um início de um processo em que, concomitante à implantação de uma infra-estrutura mínima, começa-se a procurar atrelar as ações de Estado relacionadas às Tecnologias da Informação, com a estratégia de desenvolvimento.

### **Referências Bibliográficas**

Bolano, Cesar et Vasconcelos, D. “Economia da Internet, Convergência, Poder e Hegemonia na Rede”, Alaic, Santiago do Chile, mimeo, 2000.

Castells, M. A Sociedade em Rede. São Paulo, 1999.

Dias, Adriano B. “A Morte do Índice da Alfabetização: O Novo Desafio da Educação”, in Seminário de Modernização Tecnológica Periférica –6, Recife, 1999

Rallet, <sup>a</sup> e Bolano, C. “Economia das Tecnologias e da Comunicação: Algumas questões para pesquisa”. Econ. Empresa, S.P., v.4, nº 1, 1999

Savy, M. “Techniques d’information et de communication (TIC) et territoire”, CEPII, Paris, mimeo, 1999.

Schement, Jorge Reina and Curtys, Terry; “Tendencies and Tensions of the Information Age: The Production and Distribution of Information in the United States. New York, 1997.

## Tecnologias da Informação e da Comunicação e Desenvolvimento Regional

*César Ricardo Siqueira Bolaño  
Ricardo Oliveira Lacerda de Melo*

### RESUMO

Com a crise do padrão de desenvolvimento do pós-guerra, baseado no chamado modelo taylorista-fordista, no keynesianismo e em determinadas condições estruturais conhecidas, novas configurações apareceram, indicando a possibilidade de um novo padrão, no qual as tecnologias da informação e da comunicação adquirem um papel crucial e inédito. O objetivo principal deste artigo é sugerir uma nova abordagem para a questão regional, com ênfase na realidade brasileira, a partir dessa nova situação.

Palavras chave: desenvolvimento, economia regional, telecomunicações.

### 1- Introdução

A questão regional no Brasil tem uma história longa e bastante conhecida. O caso do Nordeste, em especial, mereceu um tratamento diferenciado a partir da criação da SUDENE, a qual, efetivamente, chegou a garantir um processo de desenvolvimento regional importante, ainda que insuficiente para fazer convergir significativamente os níveis de renda per capita entre as regiões brasileiras. Com o colapso do modelo de desenvolvimento do pós-guerra, baseado no que muitos chamam de paradigma taylorista-fordista, no keynesianismo e nas condições estruturais definidas, em nível mundial, pelos tratados de Bretton Woods, novas configurações se apresentam como indicação da possibilidade de um novo modo de regulação, alterando os dados da equação do problema regional, inclusive no Brasil.

O fato é que, assim como ocorreu com a industrialização brasileira, o desenvolvimento regional, planejado e instigado pelo Estado, num momento posterior, chegou a um impasse, decorrente tanto da crise dos anos 80 e seus efeitos diretos sobre o

crescimento e a capacidade de ação estatal, quanto do impacto da reestruturação do sistema capitalista em nível global, da chamada globalização e da terceira revolução industrial, que altera os padrões tradicionais de articulação política e econômica entre o local, o global e o nacional.

O final do século XX tem sido marcado, em especial, por transformações cruciais não apenas nos processos produtivos nos diferentes setores de produção de mercadorias e serviços, inclusive as indústrias culturais e de entretenimento, mas no conjunto dos modos de vida e de consumo das mais amplas camadas da população, apontando para uma transformação profunda do sistema em nível global, pela ação, em grande medida das tecnologias da informação e da comunicação (TIC).

Como pensar o problema do desenvolvimento regional nessas condições? O objetivo deste texto é levantar alguns questionamentos para se analisar a questão numa perspectiva renovada, centrada na discussão sobre o impacto da introdução das TIC. Trata-se de uma primeira abordagem ainda essencialmente exploratória, destinada a propor um debate, que julgamos fundamental, num momento em que a problemática regional vem adquirindo um novo fôlego, como se notará a partir da revisão bibliográfica exposta no próximo item.

## **2- O debate atual sobre o desenvolvimento regional**

Não há como desconhecer que o tema do desenvolvimento regional retornou com intensidade, se não ainda como um tema de grande repercussão na vida política brasileira, pelo menos nos debates acadêmicos. Os indicadores sociais e econômicos, sobretudo o Índice de Desenvolvimento Humano - IDH, com grande divulgação, têm revelado disparidades muito acentuadas, entre as regiões mais desenvolvidas e as mais pobres. Sintomaticamente, o Nordeste e o Norte têm-se colocado nas últimas colocações da classificação dos estados brasileiros segundo esse índice.

Há, contudo, uma resistência muito grande em pensar o apoio às regiões mais pobres nos termos das décadas de 60 e 70, com base em incentivos fiscais e uma série de

outros instrumentos de apoio à industrialização ou à modernização agrícola, em torno de um projeto nacional desenvolvimentista.

Mais recentemente, as visões sobre o desenvolvimento regional têm procurado dar conta de três tipos de transformações na economia mundial que são entrelaçadas entre si. Uma primeira diz respeito às mudanças tecnológicas e seus efeitos sobre a organização da produção, com a introdução do regime de produção flexível. A segunda se refere à abertura comercial e à desregulamentação nos fluxos financeiros internacionais. E a terceira, relacionada com as duas primeiras, trata da fragilização do Estado Nacional e de sua crescente incapacidade em adotar políticas ativas de desenvolvimento, que estariam passando cada vez mais a ser de responsabilidade de governos locais ou estaduais, dentro de uma linha conhecida como o desenvolvimento de base local

A partir dessas transformações, têm-se formado duas visões sobre o desenvolvimento regional brasileiro nos últimos tempos: uma primeira que destaca a crise de um projeto nacional de desenvolvimento e aponta o risco de fragmentação econômica do território e uma segunda, que enfatiza o caráter local do desenvolvimento econômico.

Para a primeira visão, numa perspectiva mais crítica, digamos assim, dos efeitos da globalização sobre o desenvolvimento regional brasileiro, as recentes transformações econômicas, tecnológicas e organizacionais tenderiam a resultar no aprofundamento das desigualdades entre as regiões.

Nessa perspectiva, aquelas regiões que apresentam condições mais adequadas, em termos de capacitação de recursos humanos, aglomeração de empresas em segmentos de elevado conteúdo tecnológico e infra-estrutura econômica, apresentariam vantagens locais sobre as áreas mais atrasadas, atraindo os investimentos mais importantes.

Essa tendência seria agravada pelo fato de que, com a globalização, o Estado Nacional, mais fragilizado, não daria conta de encaminhar um projeto de desenvolvimento com alcance nacional, contemplando todas as regiões. Em um contexto de abertura comercial e financeira, apenas as áreas que apresentam maiores vantagens competitivas se

integrariam à economia mundial e enfraqueceriam seus laços econômicos com as demais regiões nacionais, aumentando a heterogeneidade econômica e social do território brasileiro.

Prosseguindo nessa trajetória de ruptura do longo processo de articulação entre as regiões brasileiras, no limite, poder-se-ia conduzir à fragmentação econômica do país. Tão somente com a retomada de um projeto de desenvolvimento industrial, em conjunto com reformas sociais, seria possível pensar em um crescimento sustentado e integrado para toda a extensão do território brasileiro.

Esse processo de articulação regional teria gestado uma nova configuração espacial do território brasileiro, que apresenta alguma variação entre os autores que se debruçaram sobre o problema. Lemos (1993) discute um processo de polarização, em que se estaria constituindo uma região central, o Centro-Sul, abrangendo SP, MG, ES, PR, GO, DF, MS, MT, RO, que seria um centro indutor de transformações nas regiões 'enclaves' do Sul (RS, SC), do Leste (BA), do Nordeste Meridional (PB, PE, AL e SE), do Nordeste Setentrional (PI, CE e RN) e do Norte (PA, MA, AC, AP e RR). Martinez e Diniz (1991) revelam a existência de um processo de desconcentração espacial que, partindo da região metropolitana de São Paulo, espraia-se por MG, para o sul do país e para o Centro-Oeste, enquanto o Norte e o Nordeste perderiam participação. Outros estudos defendem uma partição do território com base em "territórios de indústria", formados por "centros periféricos", e a área central, que abrangeria a porção central de MG até leste de SC. Para um resumo das principais representações que são feitas da configuração espacial do país no início dos anos 90, ver Guimarães (1995).

Para Pacheco (1996), o longo processo de soldagem das economias regionais brasileiras sofreu uma interrupção abrupta a partir da crise da economia nacional nos anos 80. A trajetória errática da economia brasileira a partir de então teria quebrado os "nexos de solidariedade" entre as estruturas produtivas regionais. E mais, para ele a complementaridade dessas estruturas só pode ser assegurada nos marcos de um processo de construção de uma economia nacional integrada, com baixo grau de abertura no mercado

interno. Ou seja, a crise econômica nacional dos anos 80 e a abertura comercial concorreriam para quebrar a articulação da economia nacional.

Com isso, ter-se-ia agravada a heterogeneidade econômica e social do país, avançando o processo de fragmentação do território. Regiões pobres como o Norte e o Nordeste, poderiam contar apenas com manchas ou pólos de desenvolvimento (como os relacionados por Lima, 1993) em meio a extensas áreas estagnadas, agravando as disparidades inter-regionais.

No caso do Nordeste - a região de menor renda *per capita* e onde se concentra parcela significativa da pobreza no país - surgiram diversos subespaços dotados de estruturas econômicas modernas e dinâmicas. Tais estruturas equivaleriam ao que se chama na literatura de "frentes de expansão" ou "pólos dinâmicos" e até mesmo de "enclaves".\*

Em linhas gerais, seriam acentuadas as disparidades entre as regiões e dentro das regiões, dado que as transformações no regime de produção e no regime comercial seriam favoráveis à reconcentração das atividades nas áreas mais desenvolvidas. A reversão da desconcentração espacial da indústria, apontada por diversos estudos, que teria se verificado a partir do final dos anos 80, já seria um sintoma desse processo.

A segunda visão - vinculada ao chamado novo debate regional - enfatiza que a transição do padrão fordista de organização industrial para a especialização flexível reforçou o papel das aglomerações regionais na geração de riquezas.

Nessa perspectiva, as transformações espaciais recentes estão vinculadas às mudanças tecnológicas e nas formas de organização industrial. Piore & Sabel (1984) associam a passagem do modo de produção em massa de natureza fordista para o da especialização flexível com a formação de distritos industriais. (Benko & Lipietz, 1994). Na

---

\* Lima (1993) destaca como as principais manchas de desenvolvimento do Nordeste: o complexo petroquímico de Camaçari; o pólo têxtil e de confecções de Fortaleza; o complexo minero-metalúrgico de Carajás; o pólo agro-industrial de Petrolina/Juazeiro; a moderna agricultura de grãos, nos cerrados baianos e no sul do Maranhão e do Piauí; o pólo de fruticultura do Rio Grande do Norte (Vale do Açu); o pólo de pecuária intensiva do agreste de Pernambuco, e diversos pólos turísticos das cidades litorâneas.

produção flexível, a formação de um *pool* de mercado de trabalho, com recursos humanos qualificados e especializados e a coordenação entre as empresas (em relações mercantis ou em relações extra-mercado) constituiriam um ambiente propício à inovação e concorreriam para a redução das incertezas (Benko, 1999: 142-3). A competitividade das empresas assumiu uma acentuada dimensão espacial em que aglomeração em distritos cria externalidades positivas, reduzindo custos e estimulando a inovação.

Piore & Sabel acreditam que essas relações são mais importantes para a competitividade das empresas do que a obtenção de economias de escalas ao nível das firmas, que seriam vantagens típicas do padrão fordista de acumulação. Com a especialização flexível, as economias de escala no âmbito da indústria estariam se tornando cada vez mais importantes enquanto as economias de escala ao nível das firmas, debilitando-se. Martin & Sunley assinalam que a principal contribuição de Piore & Sabel consiste em apontar que a passagem para o regime de especialização flexível teria dado origem a renovadas economias de aglomeração, impulsionando o surgimento de distritos industriais.

Nesses distritos a grande empresa verticalizada e multidivisional, característica do período de produção em massa, daria lugar a empresas de diferentes portes, desintegradas verticalmente, que estabelecem distintos mecanismos de cooperação e de competição.

Autores com Storper (1996) e Porter (1993) têm destacado que a criação de um ambiente propício à inovação e à aprendizagem gera externalidades positivas para as empresas ali localizadas. A competitividade das nações no comércio internacional depende dos arranjos entre firmas e entre firmas e governo que são estabelecidos no âmbito regional. Nesse sentido, aglomerações locais ou regionais são um aspecto central do desenvolvimento econômico.

Scott (1994) chamou atenção que as economias metropolitanas são particularmente atrativas para as atividades de elevado conteúdo tecnológico pelo fato de se constituírem em imensos mercados de trabalho flexíveis. As empresas instaladas nas áreas metropolitanas beneficiar-se-iam de economias de aglomeração e de escopo e ainda

lograriam obter reduções nos custos de transacionar por contarem com uma multiplicidade de empresas complementares.

Para essa vertente da economia regional, os distritos e pólos localizados em aglomerações locais ou regionais formariam um ambiente que propiciaria um desenvolvimento de base local na medida em que as empresas aí instaladas obtivessem inserções dinâmicas no mercado, seja no âmbito mundial ou nacional. Em síntese, o novo debate regional, aponta que o desenvolvimento está referido a um conjunto de forças locais que podem dotar as empresas de competitividade.

A implicação ao nível da política é que o papel do estado no desenvolvimento mudaria radicalmente. Propugna-se a redução da função dos governos centrais, marcadas por políticas industriais ou comerciais de proteção ou fomento, e o reforço das ações dos governos locais e regionais no sentido de dotar as localidades de infra-estrutura física, institucional, educacional e tecnológica. Enquanto as primeiras são geradoras de favorecimentos e ineficácia na alocação dos recursos, as segundas são tidas como provedoras de externalidades. Essa seria a nova ordem no desenvolvimento regional que passa a orientar as estratégias dos organismos multilaterais de desenvolvimento, a partir do conceito de desenvolvimento de base local.

No âmbito do debate sobre os novos distritos industriais não faltaram críticas à abordagem do desenvolvimento regional endógeno a partir da constituição de pólos ou distritos. Amins e Robins (1994) assinalam que a perspectiva de distritos industriais do tipo de Piore & Sabel é mistificadora, dado que intencionalmente não associam os distritos industriais com a lógica mais geral do movimento capitalista, em que os grandes oligopólios têm o papel central na acumulação. Para aqueles autores não é mesmo evidente que a forma espacial do pós-fordismo seja o distrito industrial.

Para Benko e Lipietz, o fortalecimento da idéia de desenvolvimento local endógeno estaria relacionado com a própria falta de dinamicidade da economia mundial. Até o início dos anos 70, afirma o autor, “*o desenvolvimento estava ligado a um processo de difusão de um crescimento a partir de um centro. Fundava-se na grande escala, nas grandes*

*organizações, verticalmente integradas e na multiplicação dos fenômenos econômicos"* (1993: 157). Esses processos de difusão do crescimento, todavia, estariam enfraquecidos e as teorias do desenvolvimento endógeno surgiriam com um caráter ideológico, dada a falta de perspectivas de desenvolvimento.

Acreditamos, todavia, que essa crítica não é suficiente para desqualificar a contribuição do novo debate regional, no tocante à dimensão espacial da competitividade econômica que acena com argumentos importantes para se repensar o desenvolvimento regional brasileiro e não se constituem, necessariamente, argumentos favoráveis ao discurso localista.

No Brasil, alguns autores têm se voltado para o debate sobre as forças endógenas do desenvolvimento. Nessa visão, as mudanças tecnológicas e organizacionais, aliadas à abertura das economias nacionais, seriam favoráveis a estratégias locais de desenvolvimento, a partir de políticas adotadas pelos governos estaduais e municipais. Ressurge com força a idéia de distritos marshallianos e de pólos locais de desenvolvimento. Ver Amaral (1995 e 1999), Galvão (1998) e Botelho (1998).

Nessa perspectiva, são destacados as novas bases da competitividade e os novos fatores de produção, em acordo com as teorias do desenvolvimento endógeno. Entre eles, os investimentos em educação, C&T e informação que criariam condições de contexto ou ambiente para circulação de conhecimento entre firmas e instituições de pesquisa, propiciando o desenvolvimento a partir das forças produtivas locais, ou, na medida em que lograssem criar vantagens locais, através da atração de empresas. São, então, lembrados os exemplos de regiões exitosas como o norte da Itália, ou mesmo no Brasil, de experiências como o pólo de confecções do Ceará.

Um outro aspecto apontado é o de que, com a abertura comercial, seria eliminado o problema de tamanho mínimo de mercado, verificado em economias nacionais fechadas, permitindo que as regiões que conseguissem estabelecer vantagens locais pudessem produzir para o mercado mundial, (Krugman e Elizondo 1996). O desenvolvimento local poderia inclusive propiciar a redução das disparidades regionais no Brasil, para aquelas

regiões ou estados que lograssem construir externalidades positivas. O desenvolvimento estaria aberto para todos.

As implicações das idéias de Krugman sobre retornos crescentes de escala e economias de aglomeração, por exemplo, ajudam a refletir sobre o processo de concentração regional da indústria no país\*. Para aquele autor, com o mercado interno fechado, os efeitos de encadeamentos industriais levaram à montagem de um parque industrial diversificado em torno das metrópoles do terceiro mundo. Com a abertura comercial, todavia, esses efeitos se arrefeceriam, possibilitando o deslocamento de atividades para outras áreas desses países que poderiam manter a escala necessária, no mercado de insumos e de bens finais, na medida em que se integrassem ao mercado mundial.

Isso não significaria, entretanto, que todas as demais áreas/regiões aumentariam sua participação nesses segmentos industriais e sim que aqueles espaços que lograrem combinar economias de aglomeração, com vantagens em termos de custos da força de trabalho, preço da terra etc; poderiam se tornar alternativas à concentração em torno das grandes metrópoles.

Em síntese, no debate brasileiro sobre desenvolvimento regional, ganha força a idéia de distritos tecnológicos ou pólos industriais ou de serviços, incluindo nessa categoria o pólo turístico do Nordeste. Nessa visão, um conjunto de soluções locais poderia conduzir ao desenvolvimento mais harmônico do território brasileiro, possibilitando, no limite uma convergência nas rendas per capita dos estados.

### **3- As Tecnologias da Informação e da Comunicação e o desenvolvimento regional**

Os novos enfoques sobre o desenvolvimento econômico têm enfatizado o papel da inovação e da difusão tecnológica no diferencial de crescimento entre os países. Para Petit (1997), as teorias sobre a *rattrapage* e sobre o crescimento endógeno apontam que a

---

\* Sobre as implicações espaciais dos retornos crescentes de escala, ver Martin & Sunley (1996).

difusão do progresso técnico depende das características específicas deste, em termos de acessibilidade e de a apropriabilidade.

Os fatores de "alcance", ou *catching up*, para usar a expressão inglesa, determinam a importância de uma certa acessibilidade, enquanto que aqueles de crescimento endógeno demandam um certo nível de apropriabilidade. O problema é que existe para o autor uma antinomia ("o *que é apropriável já não é acessível... aos outros*"), de modo que há uma certa irreversibilidade na seqüência acessibilidade/apropriabilidade.

Para o autor, a atual difusão das tecnologias da informação e da comunicação é a difusão, em escala mundial, de todo um sistema técnico novo, capaz de modificar o conjunto dos produtos e dos processos produtivos (*pervasiness*). Trata-se, de um lado, de um processo particularmente maleável às especificidades das necessidades nacionais, mas, de outro, instável e gerador de externalidades múltiplas, cuja internalização pode ser muito complicada para os agentes e instituições implicados.

A convergência entre a informática e as telecomunicações, para o autor, pode ser considerada como uma transposição de fronteiras setoriais. O elemento relevante que permite falar em convergência é o audiovisual (incluindo internet), que traz a possibilidade de um mercado de massa para o novo sistema técnico das TIC, integrando informática, telefonia, sistema postal, radiodifusão e televisão segmentada.

Uma das questões fundamentais que a difusão e diferenciação, segundo os países, de um sistema técnico centrado nas TIC coloca é a da convergência tecnológica entre a informática, o audiovisual e as telecomunicações, a qual tem um caráter universal, dado pela própria base tecnológica, mas cuja amplitude e natureza são também fortemente influenciadas pelas experiências nacionais.

O nível de desenvolvimento e de diferenciação dos sistemas de telecomunicações e audiovisual é fator determinante das escolhas políticas à disposição dos países em matéria de difusão por transferência ou desenvolvimento interno de novas tecnologias, particularmente aquelas da convergência. Em todo caso, é fundamental conhecer os

sistemas nacionais de inovação e definir os agentes possivelmente portadores de políticas científicas.

O desenvolvimento dos países dependerá, crescentemente, de suas capacidades de estabelecerem condições ambientais (ou estruturais, no sentido lato) favoráveis à difusão das novas tecnologias. Como as relações que definem essas condições ambientais podem seguir padrões diferenciados entre países, faria sentido falar em trajetória tecnológica de um país, determinada não apenas pelo nível de desenvolvimento, mas também pelas suas formas particulares de organização e cultura.

Quando falamos da importância da experiência histórica, do conhecimento acumulado, dos fatores de ordem cultural, é preciso ter consciência de que todos esses elementos, na prática, materializam-se em culturas organizacionais, de empresa, específicas, que determinam o comportamento destas frente à concorrência efetiva ou potencial, ao progresso tecnológico, às mudanças institucionais etc. \*

Ademais, a experiência nacional e as culturas de empresa estão vinculadas e ajudam a definir uma particular relação nacional/local, fundamental para a determinação da forma que as mudanças estruturais assumirão. Aqui, interessa-nos enfatizar os aspectos de cultura e política organizacionais, numa perspectiva de desenvolvimento regional.

#### **4- Os casos das telecomunicações e do audiovisual**

Tomemos a questão setorial das mudanças estruturais por que vêm passando as telecomunicações e o audiovisual no Brasil.

Os processos chamados de desregulamentação, a privatização das telecomunicações e a mudança estrutural profunda por que vêm passando, e ainda passarão, os dois setores em foco no Brasil ainda não foram adequadamente analisados na perspectiva de uma trajetória tecnológica e organizacional própria que tem, por sua vez, claras implicações

---

\* Nesses termos, as questões que tradicionalmente interessam ao pensamento neo-schumpeteriano devem ser retomadas, como foi apontado, para o caso do audiovisual, em outra ocasião (Bolaño, 1993 e 1995), onde se propôs também o

espaciais. Essa perspectiva é básica para a compreensão do conjunto. O sistema Telebrás, por exemplo, tal como ficou constituído, no período do regime militar, à imagem e semelhança do modelo europeu, mas apresentando, em relação a este, novidades interessantes, como a autonomia gerencial, já nos anos 60, da empresa pública, a separação dos correios, o sistema de autofinanciamento, que colocava uma parte significativa do capital nas mãos do público em geral, esse sistema caracterizava-se, do ponto de vista da sua organização interna, por uma centralização e hierarquização extremas, de um lado, e pela centralidade do elemento técnico na tomada de decisões.

O modelo do tripé colocava a transmissão e a pesquisa e desenvolvimento nas mãos do sistema estatal, enquanto que o conceito europeu de “campeão nacional” na produção de equipamentos é substituído pelo de um conjunto de empresas oligopolistas multinacionais, implantadas no país, privilegiadas nas compras do setor público, em troca da internalização do progresso técnico.

Do ponto de vista da questão regional, o sistema estava fundado na existência de uma empresa pública em cada estado da federação, ligada à *holding* Telebrás. A Embratel, (*carrier*) de longa distância vinculada ao sistema, também está presente em todos os estados. Esse modelo de articulação nacional/regional passa por uma modificação significativa nos anos 80, durante o governo de transição de José Sarney, com uma politização exacerbada, não apenas no que se refere à política tarifária, que deteriorou de forma importante a situação do conjunto do sistema, mas também, e principalmente no que nos interessa, na nomeação da direção das teles, deixada a cargo da negociação entre os políticos locais, sob o comando do governador do Estado, a quem passa a caber, de fato, a indicação do presidente da companhia.

No caso das telecomunicações, a reforma brasileira é determinada no essencial pelos mesmos fatores que impulsionaram aquelas de outros países latino-americanos. A opção do governo, na segunda metade dos anos 90, no entanto, foi diferente e sua

---

conceito de "padrões tecno-estéticos", vinculando-o à dinâmica da concorrência e à idéia de "barreiras à entrada", nos termos propostos por Possas (1985).

característica fundamental é a da fragmentação da Telebrás e da rearticulação regional das teles, aliada à privatização e abertura à concorrência. O impacto dessa reforma, constituindo toda uma nova estrutura de mercado, com profundas alterações nas relações entre matriz e filial, a introdução de novas tecnologias, tudo vem no sentido de uma transformação profunda do sistema, na qual a questão regional adquire um papel central, e o problema da convergência (econômica) ganha, uma relevância maior.

No mercado de televisão, onde o sistema é quase que totalmente privado, financiado pela publicidade, a questão regional se apresenta tanto pelo lado do modelo de concessões públicas, também extremamente politizado, característica que se radicaliza, mais uma vez, durante o governo Sarney, quanto pela estrutura do próprio oligopólio privado, montado sobre um sistema de afiliadas que promove a articulação de interesses econômicos e políticos entre grupos nacionais e estaduais.

O resultado é um modelo de televisão em que a produção é extremamente centralizada nas cabeças de rede situadas em São Paulo e no Rio de Janeiro, com um único caso de sucesso mais importante de empresa regional (RBS, afiliada da Globo). A competitividade internacional das grandes redes brasileiras, especialmente a Globo, atesta o sucesso do modelo, do ponto de vista econômico, mas esconde o fracasso do sistema educativo estatal, impedido de concorrer no mercado (situação que começa a alterar-se lentamente nos anos 80), e das emissoras locais, essencialmente limitadas à condição de retransmissoras.

Os fatores de mudança desse modelo estão relacionados à situação da distribuição da renda nacional, que qualifica o público de interesse do mercado publicitário, a fatores de ordem política, que determinam o arcabouço regulatório, e à introdução de inovações tecnológicas que promovem a expansão da TV segmentada e de outras formas alternativas de ocupação do tempo livre das camadas de consumidores, como a internet, por exemplo. Todos esses fatores acabaram por se conjugar hoje, de modo que, ao contrário do que ocorria há dez anos atrás (Bolaño, 1988), as perspectivas atuais são de mudanças.

No tocante às TIC está se verificando nos últimos anos uma intensa mudança de regionalização, tanto no que se refere ao setor industrial propriamente dito, de produção de equipamentos para telecomunicação e informática, extremamente concentrado na região Sudeste, como no desenvolvimento de *softwares* e na prestação de serviços através das redes de telecomunicações.

### **5- As TIC e a articulação local-global**

A criação de rede de informação e de comunicação tem um caráter de infra-estrutura básica para o desenvolvimento, é condição necessária, ainda que não suficiente, para que uma região esteja integrada à economia global. A ausência dessa infra-estrutura implica a exclusão dessa área do ciclo de investimentos nos novos setores e, mesmo, dos antigos que se reestruturam. Além disso, são necessárias políticas de fomento para direcionar esses investimentos como forma de aproveitar as novas oportunidades, dadas pela revolução tecnológica, para reduzir disparidades espaciais de desenvolvimento.

Parece-nos evidente que estratégias de desenvolvimento local, na ausência de políticas de desenvolvimento nacional, não são suficientes para dar conta desse problema. Sobretudo em setores de intenso conteúdo tecnológico e estratégicos para o crescimento econômico de longo prazo, são necessárias não apenas as políticas horizontais, de fortalecer a educação, C&T e dotar de infra-estrutura, como também as políticas setoriais, que tenham inclusive uma dimensão territorial. Podemos colocar a questão nos seguintes termos:

*En períodos anteriores no se daba, o sólo se daba en forma incipiente, el fenómeno que Krugman denomina el desmembramiento de la cadena de valor. En este proceso las empresas pueden dividir la producción en distintas etapas de incorporación de valor, que se realizan en distintos lugares, lo que da origen a una interdependencia de las economías basada en actividades de producción (Krugman,1995). La tendencia actual se basa en el desarrollo de tecnologías de información y comunicaciones que modifican rápidamente la calidad de transables de los bienes y servicios, permitiendo una aceleración de la movilidad de los factores y una mayor*

*internacionalización de las actividades de producción y comercialización de las empresas, ya sea a través de la inversión extranjera directa (IED) o de otras modalidades de asociación entre empresas (Cepal,1997:23).*

O texto da Cepal continua apontando que a força motriz das mudanças da organização espacial da produção é:

*la maduración de un nuevo sistema de organización industrial, de producción flexible, y su rápida difusión a nuevas y viejas industrias. En este sistema, las empresas pueden integrar actividades económicas dispersas en distintas regiones. La movilidad que ofrecen los avances tecnológicos transforma las filiales de las empresas transnacionales antes geográficamente dispersas y con estructuras de producción fragmentadas, en redes de producción y distribución integradas a nivel local y global. En tal sentido, la regionalización de la economía mundial es, paradójicamente un corolario de la globalización (Cepal, 1997, p.24).*

As tecnologias da informação e da comunicação permitem a transferência de atividades produtiva para novas localizações onde podem gerar redes de empresas e aglomeração de setores que originem crescentes externalidades. A questão é complexa. Como lembra Rallet (1996), discutindo o tema dos deslocamentos de atividades industriais e de serviços para zonas menos desenvolvidas, o movimento atual, ligado à globalização ou mundialização, é caracterizado pela separação dos lugares de produção e de consumo, ao contrário do que ocorria anteriormente, no período da multinacionalização, em que a internacionalização consistia em deslocar a produção para atender a mercados locais. O interesse específico de Rallet é com os deslocamentos de atividades informacionais, isto é, aquelas cujo aspecto principal é a manipulação de informações, excluindo a produção de bens materiais, como os equipamentos informáticos e de telecomunicações.

Rallet, analisando o impacto das tecnologias da informação e da comunicação sobre o deslocamento das atividades e, por conseguinte, do emprego, enfatiza “uma profunda incerteza quanto ao sentido provável das transformações em andamento ou por vir e, particularmente, das tendências de evolução das configurações espaciais” (1996:14).

Para aquele autor, o enfraquecimento do obstáculo da distância por conta da disseminação das novas tecnologias voltaria a realçar a importância das diferenças salariais e a disponibilidade de mão de obra, favorecendo a localização não apenas de empresas industriais, o que já viria ocorrendo, mas, também, de serviços como os relacionados as tecnologias de informação e comunicação em áreas menos desenvolvidas, na medida em que se reduz o custo de transmissão das informações.

*“Ora, o desenvolvimento das tecnologias de informação e da comunicação... permite prever um deslocamento maciço de uma parte das atividades com conteúdo informacional, autorizando o tratamento à distancia de volumes importantes de informações sob formas muito variadas (escritas, imagem, dados, voz)”* Rallet (1996: 14).

Evidentemente, nem todas as regiões estão aptas para receber investimentos em elevado conteúdo tecnológico. Todavia, alerta o autor, têm aumentado a gama de produtos deslocáveis e as zonas que se habilitam para recebê-los.

No referido estudo, Rallet classifica as atividades informacionais em quatro grupos: entrada de dados (digitação), tratamento em massa da informação, compartilhamento da informação e serviços. Os principais efeitos espaciais do deslocamento dessas atividades são, no primeiro grupo, caracterizado pela terceirização, o deslocamento para países e regiões com baixos custos salariais e, no segundo, o deslocamento intranacional (para as cidades médias) e intrametropolitano (no caso em que se opta pelo tele-trabalho como forma de organização do tratamento de informação).

No terceiro grupo, as atividades podem ser de dois tipos diferentes: aquelas desenvolvidas em “agrupamentos de trabalho” e as que o autor denomina “cooperação complexa”. No primeiro caso, trata-se de atividades baseadas fundamentalmente em

processos formalizados, sendo secundárias as interações humanas, de modo que são utilizadas basicamente ferramentas telemáticas. Neste caso, há também uma tendência de deslocamentos para as cidades médias, ou seja, para áreas urbanas importantes das regiões menos desenvolvidas. Na cooperação complexa, por sua vez, adquirem mais relevância as interações humanas em relação aos processos formalizados, de modo que são mais importantes as ferramentas de telecomunicação e o contato direto. Neste caso, não se verifica nenhuma tendência à modificação no esquema da localização, mas o desenvolvimento do compartilhamento de informações entre unidades já localizadas. Finalmente, no que se refere aos serviços informacionais - onde a intermediação prestadores/usuários torna-se crucial - haveria, segundo o autor, uma certa tendência de descentralização.

## 6- Conclusões

O que pretendemos enfatizar é que um conjunto de novos fatores associados às mudanças no paradigma tecnológico, na organização industrial e no regime comercial colocou novos condicionantes sobre a localização industrial, alguns favorecendo a concentração em megalópoles e outros estimulando o deslocamento para áreas em que os custos do trabalho e dos terrenos urbanos, mesmo em alguns segmentos de atividades de elevado conteúdo tecnológico, cujo resultado final não é diretamente dedutível.

Observa-se que, nos novos processos de localização, o surgimento de *clusters* de empresas propiciando a redução dos custos de transação, através do estabelecimento de relações extra-mercado e a criação de externalidades, obedece a uma lógica que faz com que as políticas públicas de atração e de incitação ao desenvolvimento desse tipo de atividade tenham que se dar num ambiente em que estão em jogo forças centrípetas e centrífugas que guiam o cálculo empresarial e que são extremamente autônomas em relação às ações governamentais.

A existência de forças centrípetas (*self-reinforcing*), em que vantagens iniciais se tornam cumulativas abre, por outro lado, a oportunidade para que as intervenções públicas gerem condições estruturais favoráveis em áreas menos desenvolvidas, dotando-as de

vantagens competitivas iniciais. Ademais, diferenciais de custo de trabalho, custos ambientais e renda fundiária podem constituir-se em importantes forças centrífugas que dinamizam o processo de descentralização espacial, desde que sejam criadas as condições infra-estruturais.

Em termos de gestão de território, são muitas as medidas que podem ser adotadas. Entre elas, faz-se necessária uma política de desenvolvimento de um sistema de informação sobre as TIC, ligada às coletividades territoriais e às organizações profissionais, para estimular a sua adoção e rentabilização pelas pequenas e médias empresas, que privilegie os serviços antes que a fabricação de equipamentos; e uma política de educação e formação de recursos humanos através do desenvolvimento e valorização das experiências de uso das TICs pelos serviços públicos.

## Referências Bibliográficas

- AMARAL, J. (1995). “Desenvolvimento regional endógeno: (re) construção de um conceito, reformulação de estratégias alternativas à ‘guerra fiscal’”, in *XXIII Encontro Nacional da ANPEC*, Salvador.
- AMARAL, J. (1999). “A endogeneização no desenvolvimento econômico regional”, in *XXVII Encontro Regional de Economia*, Belém.
- BENKO, G. & LIPIETZ, A (1994) "El Nuevo Debate Regional". In *Las Regiones que Ganam*. BENKO.G & LIPIETZ, A. Eds. Edicions Alfons El Magnànim.
- BENKO, G. (1999) *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. Hycitec. São Paulo.
- BOLAÑO, C. (1995). *Comunicação, Economia, Política*. Intercom. São Paulo, 1995.
- BOLAÑO, C. (1997) (org.) "A privatização das telecomunicações na Europa e na América Latina". Aracaju, EDUFS, 1997.
- BOLAÑO, C. (1988). *Mercado Brasileiro de Televisão*. Aracaju, Universidade Federal de Sergipe, PROEX/CECAC/ programa Editorial, 1988.
- BOLAÑO, C. (1993). *Capital, Estado e Indústria Cultural*. Unicamp, Campinas. 1993, mimeo.
- BOTELHO, M. (1998). “Distritos industriais e política industrial: notas sobre tendências recentes”, in *Ensaio FEE*. V. 19. 103-124. Porto Alegre.
- CEPAL (1997). *Panorama de la Insercion de América Latina y el Caribe*. Edicion 1996.
- GALVÃO, A. (1998). “Inovações e desenvolvimento regional; alguns elos da discussão recente”, in *Revista Econômica do Nordeste*, v. 29, nº 4.
- GUIMARÃES, L. (1995) "Desigualdades Regionais e Federalismo". In AFFONSO, R & SILVA, P. (orgs.) *Desigualdades Regionais e Desenvolvimento*. São Paulo. Fundap/Unesp.
- KRUGMAN, P. & ELIZONDO, R. (1996) "Trade Policy and the Third World Metropolis". In *Journal Development Economics*. V. 49.
- KRUGMAN, P. (1994) *Geography and Trade*, MIT Press & Leuveun University Press.

- LEMOS, M. (1993). "O Problema da regionalização: dificuldades teóricas e uma metodologia alternativa", in Levinas, C & Carleial, L. *Reestruturação do Espaço Urbano e Regional no Brasil*. São Paulo. Anpur/Hucitec.
- LIMA, P. (1993). "Economia do Nordeste: tendências recentes das áreas dinâmicas". In *Anais do XXI Encontro Nacional de Economia*. ANPEC. Belo Horizonte Mimeo
- MARTIN, R. & SUNLEY, R. (1996) "Paul Krugman' s Geographical Economic and Its Implications for Regional Development Theory: A Critical Assessment. In *Economic Geography*. Vol. 72. July 1996.
- MARTINE, G. & DINIZ, C. (1991) Concentração Econômica e Demográfica no Brasil: recente inversão do padrão histórico. In *Revista de Economia Política*. São Paulo. V.11, n 3.
- PACHECO, C. (1996). *A Questão Regional Brasileira Pós 1980: Desconcentração Econômica e Fragmentação da Economia Nacional*. Tese de Doutorado. Unicamp. Campinas.
- PETIT, P. (1997), *Croissance et Mutations Sectorielles: d'une convergence à l'autre*. Aracaju, mimeo. Versão preliminar.
- PORTER, M. (1993). *A vantagem Competitiva das Nações*. Rio de Janeiro. Campus.
- POSSAS, M. (1985). *Estruturas de mercado em oligopólio*. Hucitec, São Paulo.
- RALLET, A. (1996), "Globalização e Deslocamento de Atividades: o Impacto das Tecnologias de Informação e de Comunicação sobre o Emprego". *Cadernos IPPUR*, Rio de Janeiro, Ano X, nº 1, 1996, p. 13-35.

## Industria Cultural, empleo y región

*Ancízar Narváez Montoya*

### 1. Introducción

La industria cultural es hoy el centro de la discusión sobre las transformaciones culturales de la modernidad, a tal punto que, como se ha sostenido en otra parte, el proceso de modernidad es el proceso de industrialización de la cultura o la industria cultural resume el ideal de la cultura moderna.

Desde que Horkheimer y Adorno acuñaron el término hacia 1947<sup>4</sup>, ha quedado establecido que la industria cultural (en adelante I.C.) ha dejado de ser sólo una parte de la producción simbólica de la sociedad, un papel que todavía continúa desempeñando, para convertirse en uno de los sectores más dinámicos de la reproducción y de la acumulación de capital.

Esta última faceta de la I.C. ha estado ausente dentro de los estudios de comunicación durante la última década en América Latina, justamente cuando ha pasado a ser un sector clave dentro de los procesos de reestructuración de las economías, caracterizados por la internacionalización, la privatización y la descentralización política y administrativa.

La mayoría de los estudios centran su atención en los aspectos técnicos y en las transformaciones culturales que evidentemente se están produciendo, de la mano de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, vistos los resultados de la última década, es necesario volver la vista hacia las implicaciones económicas y sociales de las mismas en sociedades como las latinoamericanas que, gústenos o no, continúan siendo periféricas en el panorama mundial.

---

4 ADORNO, Theodor. *La Industria Cultural*. En MARTIN-BARBERO, Jesús y SILVA, Armando. (Compiladores). *Proyectar la comunicación*. Tercer mundo editores. Santafé de Bogotá, 1997. P. 34 y ss.

Hoy se habla de una sociedad de la información como aquélla caracterizada por dos tipos de convergencias: por un lado, la convergencia técnica, o la confluencia de la informática, las telecomunicaciones y las industria audiovisual, esta última más centrada en los contenidos; por otro lado, la convergencia económica, consistente en la conjunción de capitales y empresas de diferentes sectores de la producción para garantizar más y mejores productos y mercados.<sup>5</sup>

A pesar de la tendencia cierta hacia la fusión tecnológica, sigue existiendo una diferencia clara entre las empresas, por lo menos para los analistas económicos, de acuerdo al sector de la producción al que pertenecen. Así, se separan las que actúan en el sector de la informática (a la vez divididas entre productoras de hardware, software y de internet), de las de telecomunicaciones; y ambas de las de producción audiovisual, publicidad e impresos, independientemente de la manera como circulen sus productos<sup>6</sup>.

Hay una amplísima divergencia entre los autores cuando se trata de delimitar ese subsector, aunque la mayoría concuerda en que tiene que ver con toda producción que genere derechos de autor. Sin embargo, al describir el corpus algunos incluyen toda la producción informática y de redes (telecomunicaciones)<sup>7</sup>; otros, la producción de contenidos (actividades directas) y las conexas a ella en distintos grados (indirectas y auxiliares)<sup>8</sup>; otros, sólo “*las actividades de producción y comercialización que tienen como materia prima una creación protegida por el derecho de autor*”, pero incluyendo en ellas, además de las tradicionales, a las artesanías y sin incluir la informática (el software)<sup>9</sup>; otros más, finalmente, incluyen las mismas actividades, pero en vez de las artesanías, el software<sup>10</sup>.

---

5 MASTRINI,Guillermo y BOLAÑO, César. (Editores) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Editorial Biblos. Buenos Aires, 2000. P.21-22

6 Ibidem. P.23. Ver también HERNÁNDEZ, Daniel. *Desregulación de las telecomunicaciones y reestructuración de la economía mundial*. Anuario ININCO. Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1999. p. 75

7 RAMONET, Ignacio. *Industria cultural: entre la expresión y la empresa*. Inédito. Mincultura-CAB. Santafé de Bogotá, Mayo de 2000.

8 GARCIA GRACIA, María Isabel, FERNANDEZ, Yolanda y SOFIO, José Luis. *La industria de la cultura y el ocio en España*. Fundación Autor. Madrid, 2000. P.18.

9 CONVENIO ANDRES BELLO (CAB). *Un estudio sobre el impacto económico del sector cultural en la Comunidad Andina*. Informe de avance. Santafé de Bogotá, mayo 2000. P. 3.

10 Cfr. GARCIA GRACIA y otros. Op. cit. P.7.

Aquí se aborda el tema de manera más conservadora, siguiendo la definición un poco descriptiva pero funcional que nos plantea Brunner, al decir que la I. C. *“... es el modo de producción moderno de bienes simbólicos cuyos productos alcanzan primero una difusión masiva en la sociedad”*.

*“El fenómeno de la I.C. representa pues un nuevo subsector del campo que se hace cargo de la producción, comercialización, reproducción y almacenaje de bienes y servicios culturales (mensajes e ideologías livianas) a escala industrial, teniendo presentes consideraciones de rentabilidad económica y de difusión masiva que ... operan cada vez más fuertemente desde el sector privado y/o sujeta a reglas de financiamiento que son típicamente mercantiles”<sup>11</sup>.*

Esta apreciación parece esclarecedora por cuanto permite identificar los dos aspectos fundamentales del análisis: por una lado, el tipo de productos; y por otro, los fines de la producción.

En cuanto al tipo de productos, aunque es cierto que la I.C. produce también ciertos bienes culturales de tipo científico (ideología dura), información especializada y promocional, el predominio de entretenimiento y la información general sigue siendo evidente.

En cuanto a los fines de la inversión, si bien existen organizaciones cuyo capital proviene del presupuesto público, se asume que son empresas, es decir, que están destinadas a operar con ánimo de lucro y, por tanto, dentro de la lógica mercantil de la inversión privada que es la predominante.

En esta definición no se alude, como se ve, a la tecnología, el tipo de sistema técnico de producción o distribución de los bienes y servicios culturales.

Desde luego que las decisiones económicas sobre este sector están en alto grado determinadas por las realidades tecnológicas del momento. Pero ello es una consecuencia de la racionalidad económica con la que actúan los inversionistas, pues se supone que la tecnología disponible es un factor de rentabilidad en la medida en que facilita el acceso a las audiencias e incrementa el consumo, mediante la segmentación y especialización de aquéllas. Pero como ha sucedido en el caso de la fusión de America On Line y Time Warner lo que ha hecho la primera, poseedora de la red, es comprar el fluido (el contenido), en términos de Ramonet, en lo que la segunda posee un acumulado invaluable, en tanto es históricamente una fusión de las I.C. más tradicionales, en su orden, impresos (Time), cine (Warner Brothers) y radio y televisión (CNN).

Con estas premisas se puede abordar el análisis de la I.C. en relación con las dos variables enunciadas en el título: el empleo y la regionalización.

## 2. Industria cultural y empleo

La I.C., como ha sido delimitada, es hoy uno de los principales rubros de inversión sobre los que se ha volcado el capital internacional. Las razones de dicho interés no son de ningún modo altruistas, pues el capital es una fuerza social que actúa objetivamente, independiente de los individuos. Por consiguiente, no se trata de hacer apreciaciones moralizantes sobre el deber ser de la I.C., sino de establecer la manera como se reestructura dicha industria de acuerdo a los intereses en juego.

Según la definición clásica de Marx, el capital es dinero cuyo destino es autoincrementarse. Ese proceso de autoincremento del capital se conoce como proceso de valorización u obtención de plusvalía (más valor).<sup>12</sup> De tal suerte que el capital invertido en la I.C. no es distinto, por su destino, al que se invierte en cualquier otro proceso productivo dentro de

---

11 BRUNNER, José Joaquín y otros. *Chile: Transformaciones culturales y modernidad*. FLACSO. Santiago, 1989. p. 24.

12 D.M.D. (Dinero, mercancía, dinero) *Comprar para vender. El dinero que gira con arreglo a esta fórmula de circulación es el que se transforma en capital, llega a ser capital y lo es ya por su destino*. MARX, Carlos. *El Capital. Crítica de la Economía Política*. FCE. Bogotá, 1977. p. 103.

relaciones sociales capitalistas, si bien el monto y la manera de autoincrementarse pueden ser distintos de acuerdo al tipo de producto.

*“Las inversiones corrientes en las industrias culturales pueden concebirse como el producto de un excedente que crece y una búsqueda de nuevos campos de inversión”.*<sup>13</sup> En tal sentido, lo que busca el capital cuando incursiona en la producción cultural es aprovechar las condiciones de valorización que ella brinda, al tiempo que las reproduce o las transforma. Y es este proceso en el que entran en juego las dos variables enunciadas en el título: la regionalización y el empleo como condiciones de valorización.

La principal fuente de valorización del capital es la compra de mano de obra para la producción y circulación de bienes y servicios. A través de estos procesos, de producción y circulación, se obtiene un mayor valor del que ha sido invertido inicialmente, pues el valor agregado producido por el trabajo es mayor que el costo que se ha pagado por la fuerza de trabajo utilizada para producirlo.

El monto del valor agregado depende de la capacidad del trabajador para agregar tal valor, en este caso, la calificación. La conversión de los procesos de producción en producción industrial significa el paso de una parte del saber del trabajador a la máquina, que no es otra cosa que trabajo acumulado, el cual es más importante que el trabajo vivo<sup>14</sup>. Ésta es una parte de la alienación o enajenación de trabajo. La otra parte sería el trabajo vivo, que para poderse realizar necesita someterse a la estructura y a la tecnología que posee la empresa y emplearse como parte de la producción organizada por ella, por lo que el trabajador queda despojado también de la capacidad de utilizar libremente su fuerza de trabajo.<sup>15</sup>

---

13 STEVENSON, Nikc. *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu editores. Buenos Aires, 1998. 45.

14 MASTRIINI, G. y BOLAÑO, C. Op. cit. P.19.

15 *“...para convertir el dinero en capital el poseedor del dinero tiene, pues que encontrarse en el mercado...con el obrero libre; libre en el doble sentido, pues de una parte ha de poder disponer libremente de su fuerza de trabajo como de su propia mercancía; y de otra parte, no ha de tener otras mercancías que ofrecer en venta; ha de hallarse, pues, suelto... y libre de todos los objetos necesarios para realizar por cuenta propia su fuerza de trabajo”.* MARX, C. Op. cit. P.122.

La manera como este proceso se lleva a cabo en la I.C. es distinta, puesto que en ella buena parte del valor agregado radica en la capacidad de crear y de aportar nuevos contenidos. Por tanto, más que la operación de artefactos (trabajo concreto) para producir bienes y servicios previamente diseñados, por lo cual el trabajador recibe un salario, lo que aquí cuenta es la capacidad de crear contenidos para la industria, cuya realización en el mercado (el consumo) es incierta, y por tanto, genera una subsunción limitada del trabajo (cultural, intelectual, creativo) al capital en las industrias culturales<sup>16</sup>. Así mismo, dicho producto resiste una cierta valoración por una lógica “extraeconómica”, que puede ser la de los criterios del campo artístico o académico, y que también atenúa la propiedad exclusiva del capitalista sobre el producto<sup>17</sup>. Esto se expresa en la coexistencia y la lucha no resuelta entre el Copy Right, o sea los derechos de propiedad exclusiva de la empresa, y los derechos de autor que son del creador<sup>18</sup>.

La impredecibilidad del producto (el valor de uso) y de su realización como mercancía (valor de cambio) favorece, así mismo, una forma de contratación flexible en el campo de la I.C. Esta forma de contratación está sujeta a los derechos de autor y, por tanto, la aproximación a las relaciones laborales requiere un análisis particular para el cual no se tienen datos. Por ahora, se trata solamente de intentar una aproximación a las variables cuantitativas de empleo en términos agregados.

### **3. Industria cultural y regionalización**

La dinámica económica de la I.C. reproduce de manera clara la dinámica del capital. Si el empleo es la forma como éste se valoriza, la realización de dicho valor no se da sino en el mercado, es decir en la circulación.

---

16 “El producto (del trabajo) es propiedad del capitalista y no del productor directo, es decir, del obrero”. MARX, C. Op. cit. p. 137.

17 MASTRINNI, G. y BOLAÑO, C. Op. cit p.19.

18 BAUTISTA, Eduardo. *El capital intelectual. Una aproximación al caso español*. Inédito. Mincultura-CAB. Santafé de Bogotá. Mayo 2000. P.18.

Así como el proceso de valorización conduce a la acumulación y a la centralización del capital en manos de cada vez menos empresas más grandes, proceso del cual las fusiones son la última manifestación, la necesidad de garantizar mercados genera una concentración geográfica del consumo, convirtiendo a las regiones con mayores potenciales de consumo en sus puntos centrales de operación. Así, la distribución geográfica de la I.C., distinto a lo que se sugiere acerca del descentramiento postmoderno, corresponde siempre a las regiones, países y ciudades más desarrolladas económicamente, más densamente pobladas y mejor dotadas de infraestructura, en la medida en que son ellas las que garantizan un mayor mercado de consumo y, por tanto, mejores posibilidades de realización del valor creado.

El concepto de región debe ser aquí asumido en un doble sentido: por un lado, como lo entienden los organismos internacionales, esto es, como subcontinentes o grupos de países que comparten alguna afinidad geográfica, cultural o económica.

Por otro lado, como una entidad subnacional, es decir, dependiente y subordinada al Estado-nación, también determinada por características territorial-poblacionales, (o territoriales y poblacionales) económicas o culturales y que pueden o no coincidir con entidades administrativas.<sup>19</sup>

Pero, cuando se habla de regiones en estos términos hay una connotación no explícita y es que las regiones no hacen referencia a todas las entidades subnacionales sino sólo a aquéllas distintas a la sede del poder central, ya sea éste, económico o político y en donde, por tanto, las decisiones, económicas en este caso, no adquieren carácter nacional, no suelen afectar a toda la nación, como sí suele ocurrir con las que se toman en la provincia central.

De todas formas, la información empírica demuestra que para el caso de la I.C. no se cumple la apreciación optimista de que con la sociedad de la información se habría

acabado el “paisaje industrial fordista con aquella predominante correspondencia biunívoca: gran establecimiento: gran ciudad”.<sup>20</sup> Esto estaría determinado, entre otros factores, por una “fuerte baja en el costo de transmisión de voz, datos y mensajes, así como la aparición de una compleja tecnología de transmisión de imágenes que hace que el contacto “cara a cara” sea ahora posible por medio de aparatos electrónicos”.<sup>21</sup> Dichas posibilidades no parecen ser suficientes para la I.C., pues la transmisión por medio de redes no es todavía predominante, y aunque lo fuera, la infraestructura más eficiente aún se encuentra situada en los lugares con mayor densidad de población y mayor capacidad de consumo.

En resumen, la “geografía industrial” de la I.C. está todavía determinada por las condiciones de acceso directo al mercado, reproduciendo, por tanto, la clásica concentración geográfica del capital.

#### **4. La industria cultural en los Estados Unidos**

Mucho se habla actualmente de las posibilidades redentoras de la I.C. dentro de la economía contemporánea, especialmente como una opción de ingresos para los países del tercer mundo. Los datos indican, sin embargo, que la I.C. sigue concentrada en los países desarrollados y que desde el punto de vista de la distribución nacional no ha alterado las inmensas desigualdades existentes entre el norte y el resto de América.

Según Castells, el entretenimiento en todas sus formas representaba 350.000 millones de dólares anuales de gasto en consumo y ocupaba unos 5 millones de personas en Estados Unidos.<sup>22</sup> Esto traducido a proporciones significa aproximadamente un 4.4% del PIB y un

---

19 LIRA, Luis A. *Regionalismo abierto y regionalismo virtual*. En MEDINA, Javier y VARELA, Edgar. *Globalización y Gestión del Desarrollo Regional*. Ed. Univalle. Cali, 1996. p. 20.

20 BOISIER, Sergio. *Teorías y metáforas sobre desarrollo territorial*. Ed. CEPAL. Santiago de Chile. 1999.p.37. Nota al pie.

21 *Ibidem*.P. 37-38.

22 CASTELLS, Manuel. *La era de la información*. Vol I. *La sociedad red*. Siglo XXI editores. México, 1999. P. 399.

poco más del 9% de la PEA. Los datos en los que se basa este artículo corroboran más o menos esa proporción, excepto en los estimativos de empleo.

Para el análisis se toman como parámetros las clasificaciones que de las empresas de Estados Unidos, Latinoamérica y Colombia, publican anualmente las revistas *Fortune*, *América Economía* y *Semana*, respectivamente. Teniendo en cuenta el tamaño de las economías, se establece un ranking de 1000 empresas para los Estados Unidos, uno de 500 para América Latina y otro de 300 para Colombia. Si se consideran las posibilidades de información y la magnitud de las empresas, esta clasificación es acertada, en tanto un número mayor en Colombia resultaría exagerado en la medida en que incluiría empresas de tamaño francamente exiguo; así mismo, menos de mil en los Estados Unidos dejarían por fuera algunas de tamaño significativo.

Aunque en los Estado Unidos no son muchas las grandes empresas dedicadas a la I.C. que tengan una figuración importante dentro del universo de las grandes compañías, éstas son de gran tamaño y tienen mayor importancia dentro de la economía nacional si se las compara con sus correspondientes de América Latina y Colombia.

Dentro de las 1000 empresas clasificadas por Fortune en Estados Unidos 28 corresponden a los dos sectores que, en sentido estricto, son I.C., es decir, *Entertainment* y *Publishing and Printing*, lo que significa menos del 3% del total. Sin embargo, dentro de las primeras 500 sólo se sitúan 12 y dentro de las primeras 100, apenas 2. (Tabla 1).

**Tabla 1**  
**Industria cultural en los Estados Unidos**

No.	Empresa	Ventas (mill U\$)	Var %	Ganancias (mill U\$)	Var %	Empleados	Var %
45.	Time Warner	27.333		1.948		69.722	
66.	Walt Disney	23.402		1.300		120.000	
141.	Viacom	12.859		334		82.975	
237.	CBS	7.510		780		29.000	
473.	USA Networks	3.236		-28		9.216	
<b>Subtot.</b>	<b>5 empresas</b>	<b>74.340</b>		<b>4.334</b>		<b>310.913</b>	
	Otras empresas	6.340		-162		30.350	
<b>8</b>	<b>Entertainment</b>	<b>80.680</b>	<b>15</b>	<b>4.172</b>	<b>15</b>	<b>341.263</b>	<b>28</b>
<b>20</b>	<b>Publishing &amp; Printing</b>	<b>51.090</b>	<b>3</b>	<b>5.669</b>	<b>12</b>	<b>287.498</b>	<b>2</b>
	<b>Total</b>	<b>131.770</b>		<b>9.841</b>		<b>628.761</b>	

Fuente. Fortune, April 17, 2000. Datos de 1999

Pese a que estas compañías están entre las más grandes del mundo, sus ventas apenas alcanzan un 1,6% del Producto Interno Bruto (PIB), calculado en unos 8.5 billones de dólares, aunque su valor de mercado de 322.001,3 millones se acerca al 4% del mismo, monto influido posiblemente por el dinamismo mostrado por las empresas de entretenimiento, que en promedio aumentaron sus ventas y ganancias en un 15 % entre 1998 y 1999 y dispararon el empleo en un 28%, cifras éstas superiores a todos los promedios de la economía norteamericana, con lo que estimulan su cotización en bolsa. No ocurre lo mismo con el sector de publicaciones e impresos que, aunque obtuvo un crecimiento significativo de las ganancias, lo hizo con aumentos insignificantes en las ventas y el empleo, lo que sugiere que está reaccionando con una reducción de costos ante el auge de los medios de reproducción electrónica.<sup>23</sup>

En cuanto al empleo, las cifras son económicamente más importantes, dado que, según cálculos de un analista colombiano<sup>24</sup>, el número de empleados registrado por el total de las empresas en cuestión representa el 4.5% de la población económicamente activa (PEA) de Estados Unidos calculada en 140.800.000 personas. Los empleos de la I.C. representan así mismo el 4.7% de las personas empleadas y superan el porcentaje de desempleo que apenas

23 FORTUNE. April 17, 2000. P. f1-f55

24 PORTAFOLIO. 1 de mayo de 2000. P.23.

llega al 3.9%. Su impacto en el empleo es, pues, mayor que el que tiene en el resto de la economía, lo que a simple vista implicaría un cierta precariedad productiva, pero que más bien podría asociarse a la burbuja de la capitalización de empresas de tecnología que cotizan en el índice Nasdaq y que trastorna todas las relaciones entre sectores productivos, haciendo que todas las actividades tradicionales se muestren poco dinámicas.

Por el lado de la distribución regional, la ubicación de las 12 primeras empresas no ha cambiado la centralización predominante hasta ahora, pues de ellas 5 se sitúan en Nueva York, 4 en California, 2 en Chicago y una en Virginia, es decir que el 75% se concentra en los dos estados económica, demográfica y, por tanto, políticamente más importantes del país.

Es claro pues que la I.C. sí tiene un papel relevante en la primera economía del mundo, lo que tiene correspondencia hasta cierto punto con el poder adquisitivo y la magnitud del mercado en que actúa, lo cual no es replicable en otras sociedades menos desarrolladas. Su importancia se multiplica además si se compara el tamaño de las empresas con el PIB de un país como Colombia, pues el valor de mercado de Time Warner sería más de 1.5 veces el valor del PIB de Colombia, calculado por la revista Semana, citando al New York Times, en 70 mil millones de dólares (teniendo en cuenta el decrecimiento de 1999), mientras que el valor de mercado de Walt Disney sería ligeramente superior a esa cifra.<sup>25</sup>

En parte, su importancia económica actual es un producto de la competencia y de los cambios en las reglas de juego de la industria de la comunicación masiva, pues las situaciones de monopolio, privado o público, que prevalecían hasta la década de los ochentas, fueron reemplazadas por una competencia feroz, gracias a la utilización de las nuevas tecnologías. *“El mundo de los negocios observó la tendencia y aprovechó la oportunidad. Se realizaron megafusiones y se movilizó capital a lo largo del mundo para tomar posición en la industria de los medios, una industria que podía unir el poder en las*

---

25 SEMANA. Enero 17-24 de 2000.P. 40.

*esferas económica, cultural y política*”<sup>26</sup>. En esa toma de posición las diferentes empresas se han ido reacomodando, sobre todo en materia de expansión internacional, aprovechando la apertura de los espacios y la desregulación impuesta por la ola neoconservadora de los años ochentas, teniendo en cuenta que, como señala el presidente de Viacom, “*quienes ignoran que el 96% de los telespectadores está fuera de Estados Unidos van a pagarlo muy caro*”<sup>27</sup>.

Sin embargo, el mercado no está creciendo en la misma medida que los capitales invertidos y que los competidores que pujan por ingresar en él. Según Castells, en Estados Unidos, “*el número de canales independientes aumentó durante los años ochenta de 62 a 330...*”<sup>28</sup>. Esto no resiste ninguna comparación con el ritmo de crecimiento de la población ni de la economía, que son, al fin y al cabo, en los cuales se asienta la I.C..

Lo anterior ha conducido a una mayor fragmentación del mercado, como la que ocurrió en Estados Unidos cuando las tres principales cadenas controlaban el 90% de la audiencia a principios de los ochentas pero apenas superaban el 60% en 1995<sup>29</sup>. En términos económicos esto debe inducir a la centralización del capital, es decir, que la única manera de seguir obteniendo ganancias, si el mercado no crece, es apropiándose de las ganancias de los competidores, con lo que se llega a lo que en un lenguaje eufemístico se llaman fusiones.

Tal vez la causa de estos movimientos sea la no correspondencia entre el crecimiento de la oferta y la disponibilidad de las audiencias. “*El tiempo también es un recurso escaso. Hay indicios de que el tiempo dedicado al ocio en los Estados Unidos descendió un 37% entre 1973 y 1994... entre 1985 y 1990, el tiempo dedicado a leer y ver televisión y películas disminuyó hasta 45 horas anuales; las horas pasadas viendo televisión, disminuyeron un 4%; y las horas para ver emisiones televisivas de las cadenas principales descendió (sic)*

---

26 CASTELLS, Manuel. *La era de la información*. Vol II. *El poder de la identidad*. Siglo XXI editores. México, 1999. P. 283.

27 FORTUNE Americas. 16 de julio de 1999. P. 11.

28 CASTELLS, Manuel. Op. Cit. Vol I. *La sociedad red*. P. 371.

29 Ídem.

un 20%. Si bien la disminución del tiempo dedicado a los medios de comunicación parece estar más ligada a una sociedad que trabaja demasiado (...) que a falta de interés, las empresas multimedia apuestan por otra interpretación: la falta de un contenido suficientemente atractivo”<sup>30</sup>.

Sea como fuere, el hecho es que la I.C. está haciendo una apuesta muy fuerte por un mercado que, aunque es el más grande del mundo, no crece tanto como esperan los que quieren lucrarse de él y, por lo tanto muchos de los apostadores quedarán en el camino.

## 5. La industria cultural en América Latina

Siguiendo el criterio anterior -con todas las reservas que hay que tener por su limitada información- de medir la importancia de la I.C. por la clasificación de las empresas dentro del ranking regional, en América Latina sólo aparecen dentro de dicha clasificación 7 empresas, todas ellas correspondientes al sector llamado de medios de comunicación.<sup>31</sup> (Tabla 2).

**Tabla 2**  
**Industria cultural en América Latina**

No	Nombre	Ventas mill U\$	Var. %	Utilidad	Patrim.	Empleados
85	Grupo Clarín	1769.0	13.2	n.d	n.d.	11461
91	Televisa	1692.7	-2.0	76.6	1983.9	15419
232	E.Abril	753.0	2.7	-104.6	n.d.	n.d
392	Tv Azteca	453.8	0.1	7.7	314.7	2149
421	Folha da Manha	413.4	-7.6	6.0	75.2	n.d.
470	Globo Cabo	378.0	23.5	-191.7	251.7	n.d
480	O Estado de S.P.	368.7	-9.2	7.4	135.0	n.d
	<b>Total</b>	<b>5828.6</b>	<b>2.5</b>	<b>-198.9</b>		

Fuente. América economía. 26 de julio de 1999. pp. 68-97. Datos de 1998

Esas 7 empresas apenas son el 1.4% del total y, aunque haya 2 dentro de las primeras 100, sólo hay 3 entre las primeras 300 y las 4 restantes están en los últimos lugares. Aquí no aparece *O Globo* por falta de información.

<sup>30</sup> Ibídem. P. 400.

En cuanto a la distribución regional, ésta también corresponde rigurosamente al tamaño de las economías, en su orden, 4 a Brasil, 2 a México y una a Argentina, que son a la vez, en ese mismo orden, las 3 economías más grandes del subcontinente.

La importancia económica de estas empresas en su conjunto no tiene nada que ver con la de las norteamericanas, pues sus ventas son insignificantes en relación con el PIB al representar el 0,6% en Argentina, el 0,24% en Brasil y el 0,7% en México. Lo más diciente, sin embargo, es que el crecimiento de las mismas fue precario en relación con aquéllas, pues apenas si llegó al 2.5% en el 98, jalonado especialmente por 2 empresas. El comportamiento de las utilidades, en cambio, ha sido desastroso. Infortunadamente no hay datos sobre la variación patrimonial, pero con las cifras disponibles sobre ventas y utilidades es muy posible que hayan sufrido algún detrimento. (Tabla 3).

**Tabla 3**  
**Industria cultural en América Latina.**  
**Importancia económica por país**

País	PIB mill U\$	Ven/pib %	Patr/pib %	% pea	% emp	% Desem**
Argentina	296000*	0.6	n.d	0.05	0.08	14.3
Brasil	783800	0.24	0.6	0.06	n.d.	7.7
México	330000*	0.42	0.02	0.03	0.04	2.6

Fuente: Cálculos propios según datos de: América economía 29 de julio de 1999

\* Revista Semana enero 17-24 de 2000 P. 40

\*\*CEPAL. 1999. Balance preliminar de las economías. 1999

La precariedad se nota aún más en el terreno del empleo, cuyas cifras son realmente insignificantes, en especial para el caso de Argentina y Brasil, que registran tasas de desempleo relativamente altas en relación con sus promedios históricos.

Desde luego que, con tan exigua información como la que aquí se presenta, no se pueden sacar conclusiones ni siquiera aproximadas sobre la incidencia de la I.C., pero el hecho de que aparezcan tan pocas empresas en un corpus relativamente amplio, como el analizado, habla también del bajo nivel de desarrollo de la I.C. en la región, pues la mayoría de su

producción estaría dispersa en pequeñas unidades económicas con pocas posibilidades de competir dentro una industria transnacionalizada.

Esto es más evidente si se comparan las empresas latinoamericanas con las estadounidenses: las ventas de Time Warner ( 27.333 millones de dólares) son casi cinco veces las ventas de las 7 latinoamericanas juntas. Si se juntaran estas últimas en una sola, ésta ocuparía el sexto lugar en Estados Unidos por sus ventas, después de Time Warner , Walt Disney, Viacom, CBS y R.R. Donnelley & Sons.<sup>32</sup>

Todo esto lo que está mostrando es que el desarrollo de la I.C. no es independiente del desarrollo económico de cada nación y que dependiendo de aquél, la I.C. tiene no sólo más posibilidades de competir internacionalmente, sino más peso relativo dentro de la economía nacional.

## **6. La industria cultural en Colombia**

La situación de la I.C. en Colombia, como fenómeno estructural, no es diferente a la descrita en Estados Unidos, en el sentido de que viene creciendo la oferta, como corresponde a una sociedad mediatizada, pero no parece ser un sector económico tan fuerte como lo indicaría la apariencia. De hecho, entre las 100 empresas más grandes del país no aparece ninguna de las clasificadas como “de medios, información, impresión y editorial”.<sup>33</sup>

¿Cómo se sitúan entonces las empresas de la I.C. en Colombia? Según la revista Semana,<sup>34</sup> entre las 300 empresas más grandes del país, sólo se hallan 8 empresas de la I.C. en 1999, o sea el 2,6% (más o menos lo mismo que el 2,8% de los Estados Unidos); pero sólo 2 se encuentran entre las primeras 200, quedando por fuera el principal distribuidor de cine del país, Cine Colombia, cuyas ventas en 1998 alcanzaron los 30 millones de dólares: (Tabla 4).

---

32 FORTUNE. April 17, 2000. P. f39 y f47

33 SEMANA. Santafé de Bogotá, abril 10 de 2000. P. 82 y ss.

34 Ibidem

**Tabla 4**  
**La industria cultural en Colombia**

No. Nombre	Ventas*	%	Utilid	%	Patrim	%
118 Ed. El Tiempo	85.4	-15.7	-2.9	-153.3	171.5	-1.5
197 Caracol TV	46.0	72.5	-0.2	-172.9	124.3	67.4
211 Publicar	41.4	-25.4	0.5	76.9	19.5	-1.0
225 Cargraphics	39.0	-5.6	0.2	-62.0	10.4	-16.7
238 RcnTV	37.5	346.6	0.2	-177.5	67.0	3.3
243 Carvajal	36.6	-25.5	7.5	-36.3	312.0	-1.0
256 Rcn Radio	34.2	-30.8	2.8	-57.5	56.0	2.2
265 Caracol Radio	32.9	-20.8	3.6	-538.1	23.3	-10.0
<b>Total</b>	<b>353.0</b>				<b>784.0</b>	

Fuente. Revista Semana. Abril 10, 2000.

\*Valor en dólares calculado a una tasa de 2 mil pesos por dólar

Las ventas totales de las 8 empresas significan apenas el 0,5% del PIB del país<sup>35</sup> y su patrimonio un poco más del 1%. Sin embargo, lo que parece relevante es la dinámica de las ventas, pues su variación fue negativa en casi todos los casos, excepto en el de los 2 canales privados de televisión, los cuales no aparecen en la lista de 1998 puesto que apenas empezaron a operar a mediados de ese año, por lo que merecen un análisis aparte.

La variación de las utilidades fue aún más desastrosa como se puede ver en el desempeño negativo que, en proporciones muy altas, tuvieron todas las empresas, lo que las llevó a un detrimento patrimonial generalizado, exceptuando nuevamente los canales privados que parten prácticamente de cero y están apostando a una capitalización, pues el aumento patrimonial no puede ser producto de utilidades absolutamente negativas.

Infortunadamente no hay cifras sobre empleo, pero una desocupación del 19,8%<sup>36</sup> no puede esperarse que sea resuelta ni de lejos por un sector que no llega al 1% del producto interno bruto.

Ahora bien, comparando la magnitud de las empresas Colombianas con las de América Latina, se encuentra que todas ellas juntas no alcanzan a sumar las ventas de la última de

35 SEMANA. Santafé de Bogotá, abril 10 de 2000

las latinoamericanas (353 millones de dólares de las colombianas frente a 368 millones de la séptima latinoamericana). Esto, como ya se dijo, tiene que ver con el tamaño de la economía, que es la sexta del continente latinoamericano aunque es el tercer país en población; pero también tiene que ver con el desempeño durante el último año que fue de un crecimiento de -5.0% del PIB, profundizando la recesión que venía desde 1998.

El hecho a destacar es el de los medios televisivos. Por ejemplo, el canal RCN, en 1998, realizó ventas en 1998 por 8 millones de dólares y utilidades por 473 millones de pesos (aproximadamente 240.000 dólares) una cifra ínfima en comparación con el monto de la inversión, que, incluyendo la concesión, supera los 350 millones de dólares (lo mismo que Caracol) e invirtió 270 millones de dólares más para llegar a todo el país<sup>37</sup>. Es decir, 620 millones de dólares. Caracol, además, recibió un préstamo de 20 millones de dólares más, con lo que ya asciende a 370 millones de dólares su inversión.

Las inversiones de los canales privados alcanzaron, pues, 990 millones de dólares, es decir, más del 1% del PIB del país calculado para 1999 que era de 87.945 millones de dólares, cifra en verdad exorbitante si se considera que se produce en medio de una economía en recesión<sup>38</sup> y en que los canales públicos, 1 y A, han perdido, durante 1999, 5.5 millones de dólares.<sup>39</sup> Pero el riesgo es cada vez mayor si se tiene en cuenta que la publicidad en televisión nacional representa, entre octubre de 1997 y octubre de 1998, 1.167 millones de dólares de un total de 2.221 millones<sup>40</sup>, es decir, el 52.5% de la inversión; pero para el año 1999 sólo el 35% se invierte en este medio, de una parte cada vez más reducida por la recesión<sup>41</sup>. Sin embargo, lo que está en juego es la apropiación de una significativa parte del producto interno bruto representado en publicidad, pues lo invertido en televisión

---

36 CEPAL.1999.*Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, diciembre de 1999. P.92.

37 El Espectador, 26 de septiembre de 1999. P. 5 B.

38 El Tiempo. *Dos años perdidos*. Bogotá, 10 de octubre de 1999. P.P. 14 A y 15 A.

39 Uninoticias. Mayo 10 de 2000.

40 Portafolio. *Danza de negocios en los medios*. Bogotá, 13 de noviembre de 1998. P. 4.

41 El Tiempo. *Canales de T.V. piden cacao*. Bogotá, 2 de mayo de 1999. P. 12 A.

equivale al 1.2% del PIB de 1998, mientras el total de inversión asciende al 2.3% del PIB del mismo año, calculado en 142.871.716 millones de pesos<sup>42</sup>. (Tabla 5).

**Tabla 5.**  
**Inversión publicitaria en medios. Octubre 1997 – 1998<sup>43</sup>**

Medios	Inversión mill. U\$
T.V. nacional	1.167
T.V regional	288
Radio	419
Prensa	267
Revistas	80
<b>Total</b>	<b>2.221</b>

Las inversiones de los canales privados no alcanzarán un punto de equilibrio sino hasta el quinto o sexto año de operación según la misma fuente. Pero esto lo compensa su apuesta estratégica: posicionarse en el mercado, lo que ya logró Caracol al colonizar el 33.6% de la audiencia en un solo año<sup>44</sup>.

Sin embargo, esto sirve para confirmar la tendencia central del momento, en el sentido de que los medios funcionan especialmente como empresas (sin discutir su carácter de instituciones culturales). En efecto, la Casa Editorial El Tiempo ya no es sólo un periódico sino un grupo empresarial con intereses en otros periódicos, en la televisión y en la distribución de cine, de discos<sup>45</sup> y videos. Éste es un ejemplo de conversión de los medios en empresas por la vía de la *expansión*.

Por otro lado, Caracol Televisión es subsidiaria del primer grupo empresarial del país, dueño, de esta manera, de 4 de los más importantes medios de carácter nacional, en radio (Caracol), televisión (canal Caracol), prensa escrita (El Espectador) que es el segundo del

42 El Tiempo. Bogotá, octubre 10 de 1999. P. 13 A.

43 Portafolio. Bogotá, 13 de noviembre de 1998. P. 4.

44 El Espectador, 26 de septiembre de 1999. P. 5 B.

45 Portafolio, 4 de junio de 1999. P. 3.

país (120.000 ejemplares diarios)<sup>46</sup>, y la revista Cromos, la de mayor circulación (170.000 ejemplares semanales).<sup>47</sup> Éste es un ejemplo de conversión por la vía de la *absorción*.

Desde luego, esta apuesta estratégica sólo pueden hacerla empresas que cuentan con el respaldo financiero y de gestión de grandes grupos económicos. Así cumplen varios propósitos: por una parte, establecen una relación incestuosa con las empresas del propio grupo económico, las cuales manejan una buena parte de la pauta publicitaria, con lo que tienen garantizada, después de algún tiempo, la recuperación de la inversión y la permanencia en el mercado de los medios, al tiempo que se retroalimentan con los otros medios del mismo grupo llegando así a todos los públicos posibles.

Adicionalmente, esa pauta se la sustraen a los canales públicos, los cuales quedan dependiendo de la pauta oficial que es bastante regulada, además de ser cada día menor por efecto de las privatizaciones de empresas del estado. Y por último, van quedando sin oxígeno los canales regionales de provincia, no sólo porque se mueven en economías pequeñas, sino porque la publicidad de las empresas importantes es más productiva en medios nacionales de mayor audiencia.

Esta tendencia reducirá aún más el espacio para pequeñas empresas independientes y sobre todo para el florecimiento de una I.C. regional o subnacional.

## **7. Industria cultural y regiones subnacionales**

Si la situación de las empresas de la I.C. en el ámbito nacional es difícil, para las empresas de carácter regional lo es aún más, teniendo en cuenta que su mercado es más restringido, mientras que las exigencias técnicas no se puede relajar.

Como se anotó al principio aquí todavía no se cumple la promesa de descentralización en términos de las instalaciones industriales, pues la mayoría de las empresas de medios

---

46 PUBLICIDAD & MERCADEO. *Dossier prensa*. Año 5. 1999-2000.p.34.

clasificados entre las 300 de Colombia están situadas en Bogotá y sólo dos empresas de impresión están en Cali, es decir en la primera y segunda ciudades del país.

Esta lógica tiene una explicación: a despecho de las expectativas generadas por el proceso de descentralización política y administrativa, en el sentido de que con ello mejoraría la distribución geográfica de la economía y podrían florecer en las provincias economías regionales robustas y competitivas, lo que ha ocurrido es exactamente lo contrario.

En efecto, en la década de 1990 la única región del país que aumentó su participación en la economía nacional fue el Distrito Capital de Santafé de Bogotá, mientras que las demás se debilitaron. Adicionalmente, las que han crecido más son aquéllas que se encuentran cerca a la capital y no cerca a los puertos.<sup>48</sup> Y es que Bogotá, con el 16% de la población, cuenta con el 23% de la producción. Pero su importancia económica es mucho más grande, pues sus hogares cuentan con el 29% del ingreso disponible, tiene el 45% de los hogares de estrato alto del país (con mayor poder de compra) y 66% de los ingresos empresariales de todo el país.<sup>49</sup>

Si esto ocurre con el conjunto de la economía, mucho más con la I.C. En todas las regiones de Colombia las empresas más sólidas son las sociedades editoras de periódicos, seguidas de los canales regionales de televisión, como lo demuestran las siguientes cifras, que muestran ventas y utilidades, respectivamente. (Tabla 6).

---

47 PUBLICIDAD & MERCADEO. *Dossier Revistas*. Año 5. 1999. p. 40.

48 Revista DINERO. Santafé de Bogotá, septiembre 10 de 1999. p. 34.

49 Ídem.

**Tabla 6**  
**Empresas de medios regionales**

Ciudad	Empresa	Ventas*	Utilidades**
Medellín	El Colombiano Ltda.	40520	
Medellín	Sociedad de Televisión de Antioquia		771952
Cali	El País S.A.	31629	
Cali	Compañía Editora de Occidente	2500	
Cali	Sociedad de Televisión del Pacífico		459328
Bucaramanga	Galvis, Ramírez y Cía.	13626	
Manizales	Editorial La Patria S.A.	6521	
Manizales	Telecafé Ltda.		246012
Barranquilla	Telecaribe Ltda.		228430

Fuente. PORTAFOLIO. Santafé de Bogotá, 5 de febrero de 1999. P.p. 1 y 6.

\*Millones \*\* Miles de pesos

Sin estas empresas realmente la I.C. en las regiones no existiría como agente económico, pues hay que tener en cuenta, como se demostrará más adelante, que son las empresas que producen y no las que sólo distribuyen bienes y servicios culturales, las que contribuyen en mayor magnitud al empleo, tanto en cantidad como en calidad. Aún así, los canales regionales de televisión tienen varias desventajas: por un lado, dependen mucho de decisiones políticas y de los presupuestos departamentales, cuya crisis estalló en el último año; y por otro, como ya se anotó, actúan en economías débiles, lo que hace que se presenten situaciones como la de que los únicos espacios que se pueden vender más o menos rentablemente son los noticieros regionales; sin embargo, los de Telecafé perdieron, según la dirección de 1A Noticias, el equivalente a 1.5 millones de dólares en los últimos 4 años. Luego, si las programadoras rentables tienen tal desempeño, no hay mucho que esperar del resto.

## **8. La industria cultural en la región del Eje Cafetero colombiano**

La I.C. es un producto de la sociedad moderna que nace de la dinámica industrialización-urbanización-masificación. Aunque la industrialización no haya sido lo suficientemente sólida para conformar una verdadera sociedad urbana en el Eje Cafetero colombiano, la urbanización se ha extendido acicateada por causas como la violencia y las actividades comerciales ligadas al café.

A esta dinámica corresponde la ubicación de la I.C. que prácticamente no existe en esta zona del país, pues la región cafetera apenas representaba, en 1999,<sup>50</sup> el 6.7% de la población total con un 72% de urbanización, y aproximadamente el 5% del PIB, el cual ha sido tradicionalmente estimulado por el café, cuya producción y exportación vienen disminuyendo paulatinamente, hasta el punto de pasar de ser el primer renglón exportador del país a principios de los ochentas, a ser el tercero en el primer trimestre del año 2000.<sup>51</sup> Esto explica que entre las 300 empresas del país sólo aparezcan 5 situadas en esta región.

Ahora bien, en el ranking regional de 20 empresas no existe ninguna del sector de la I.C. y es que la última de aquéllas realizó ventas en 1998 por aproximadamente 17 millones de dólares,<sup>52</sup> mientras que la más importante I.C. apenas vendió alrededor de 3.6 millones al cambio de aquel año.<sup>53</sup>

En conjunto, el subsector de la I.C está constituido por 197 empresas, con predominio de aquéllas que sólo distribuyen (videos, discos y libros), las cuales suman cerca de la mitad (46%), seguidas de las de publicidad, que junto con las de espectáculos se caracterizan por ser coyunturales y a veces rayan en la informalidad, puesto que aparecen y desaparecen con mucha frecuencia. Además de ser actividades poco demandadas, su tamaño no suele superar el de las famiempresas (con excepciones). En resumen estos cinco sectores agrupan el 60% de las empresas existentes a la hora de recoger la información de campo, pero su incidencia en el empleo, pese a su número, es insignificante.

A éstas les siguen los medios tradicionales en orden histórico: medios impresos, radio y televisión. Los exhibidores de cine y los proveedores de arte son insignificantes. La industria editorial fuera de los periódicos es importante pero no editan libros o publicaciones sino que prestan servicios de apoyo a las demás actividades económicas.

---

50 DANE. *Proyecciones de población a junio 1996-2005*.

51 EL TIEMPO. Santafé de Bogotá. 12 de mayo de 2000. p. 1A.

52 Revista DINERO. Citado. p. 68.

53 Diario PORTAFOLIO. Santafé de Bogotá, 5 de febrero de 1999. p.p. 1 y 6.

### 8.1. La industria cultural, el empleo y la actividad productiva

Por otro lado, la I.C. no representa una alternativa importante en materia de empleo para las ciudades del Eje Cafetero, a juzgar por la magnitud de la fuerza laboral de las ciudades, la población económicamente activa, los niveles de desempleo y el tipo y la calidad de los empleos ofrecidos por ella. (Tabla 7)

**Tabla 7**  
**Industria cultural en el Eje Cafetero**  
**Personal ocupado por tipo de actividad**

Sector	Total	%	Sin In.	%	Téc. y prod.	%	Admin.	%	Serv. Gen.	%
Arte	72	100	0	0	28	39	26	36	18	25
Cine	54	100	0	0	23	43	12	22	19	35
Discos	105	100	6	6	25	24	35	33	39	37
Editoriales	295	100	120	41	101	34	51	17	23	8
Espectáculo	79	100	0	0	16	20	13	16	50	63
Libros	201	100	0	0	44	22	91	45	66	33
Periódicos	666	100	144	22	268	40	190	29	64	10
Publicidad	123	100	0	0	59	48	49	40	15	12
Radio	319	100	0	0	142	45	91	29	86	27
Televisión	222	100	0	0	132	59	44	20	46	21
Videos	81	100	0	0	12	12	41	51	0	37
<b>TOTAL</b>	<b>2217</b>	<b>100</b>	<b>270</b>	<b>12</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>643</b>	<b>29</b>	<b>456</b>	<b>21</b>

Fuente. Información de campo. 1998-1999

Si se mira la participación de la I.C. dentro de los agregados de empleo elaborados por el DANE, tenemos que en total, la I.C. ocupaba, en el primer semestre de 1999, en la ciudad de Manizales apenas el 0,9% del total de personas ocupadas y un 0,7% de la población económicamente activa, mientras que el desempleo alcanza niveles del 21,3%. En Pereira, sólo representa el 0,4% de la población ocupada y el 0,3% de la población económicamente activa, frente a un desempleo del 24%. Se puede decir que en términos de solución al desempleo la I.C. es insignificante.

Hay un evidente predominio de personal dedicado a labores de servicios generales y labores administrativas (aproximadamente el 60%) sobre el personal dedicado a actividades técnicas y de producción especializada (40%), lo cual se agrava aun más por cuanto dentro

de estos últimos se incluyen, en muchos casos, operarios no calificados (mucho menos creativos) y sobre todo personas especializadas en ventas, como corresponde a actividades de distribución. Por otro lado, quienes contratan predominantemente personal especializado en el sector son los medios tradicionales y la industria editorial, los cuales concentran tres cuartas partes de estos trabajadores. Además, este tipo de empresas se destaca por ser el más grande y tener el mayor número de empleados por unidad.

## **8.2. Industria cultural, productividad y remuneración**

Las características del tipo de actividad que realizan los trabajadores de la I.C. son coherentes con los resultados que arroja el análisis de la remuneración. En efecto, al establecer las escalas salariales es evidente el predominio de empleados situados en los niveles más bajos de remuneración, esto es, hasta dos salarios mínimos mensuales (43%).<sup>54</sup> Desde luego que detrás de este agregado se esconden realidades mucho más contundentes, como la de que la mayoría de las personas que efectúan tareas de servicios generales, como aseo o mensajería, no devengan más de un salario mínimo, pero para el caso no es tan relevante.

Es preocupante, sin embargo, el desfase existente entre el porcentaje de trabajadores que realizan dichos oficios (el 21%) y el porcentaje de personas que devengan menos de dos salarios mínimos mensuales, quienes suman casi la mitad de los trabajadores, de lo cual se infiere que trabajos presumiblemente más especializados (las ventas, la administración o los que realizan ciertos operarios) son igualmente de bajísima remuneración.

Es también evidente la primacía de los sectores productivos y de alto componente técnico en la generación de empleos bien remunerados como ocurre con la televisión, sector en el que uno de cada cinco trabajadores devenga más de cuatro salarios mínimos. En el otro extremo se sitúan actividades como la distribución de videos y la exhibición de cine, en las

---

<sup>54</sup> Un salario mínimo equivale aproximadamente a 130 dólares mensuales.

cuales más de cuatro de cada cinco empleados devengan menos de dos salarios mínimos, y la de distribución de discos (2 de cada tres).

### **8.3. La industria cultural y el conocimiento aplicado**

Al observar detenidamente la información, es claro que, si bien el número de personas con apenas educación primaria es insignificante (1,8%), más de dos quintas partes de estas personas no tiene sino algún grado de educación secundaria, pues dentro de este nivel están clasificados tanto los que la terminaron, como quienes han realizado algún año de estudio en este nivel.

Por definición, la educación secundaria no ofrece ningún nivel de especialización, por lo que ese 42% constituye claramente una fuerza laboral sin ninguna calificación. Ello no coincide con el peso de los servicios generales dentro de las actividades productivas (21%), lo que hace suponer que quienes se desempeñan en funciones llamadas administrativas, en realidad son personas polifuncionales por su escasa calificación. En cambio esta cifra sí es coherente con el porcentaje de personas que son escasamente remuneradas, quienes, como se vio, son el 43% frente al 43,8% que es la proporción de trabajadores que apenas tienen algún grado de primario o secundaria.

Los trabajadores que presumiblemente tienen algún tipo de calificación, es decir, los que han alcanzado un nivel de formación técnica, apenas suman el 14% de la fuerza laboral ocupada en la I.C., mientras que los que tienen formación universitaria (que no implica terminación de una carrera) llegan al 29%. Aún así, este porcentaje es inmensamente superior al de las personas que devengan 4 o más salarios mínimos, apenas el 13%. Esto se explica por el hecho de que entre quienes aparecen con formación universitaria se incluyen aquéllos que no han terminado su carrera y a quienes, por tanto, tampoco se les considera especialistas.

Por sectores, nuevamente los dedicados a la producción son también los que ocupan una mayor proporción de personas con alta escolaridad, en su orden los medios impresos, la radio, la televisión y las editoriales.

### **8.4. La industria cultural, calidad del empleo y la flexibilización laboral**

El indicador más importante sobre la calidad del empleo es, sin duda, el tipo de vinculación del trabajador con la empresa. En este sentido, la I.C. ofrece un panorama optimista en la medida en que una gran mayoría de los trabajadores vinculados a ella (6 de cada 10) tienen contratos a término indefinido.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que entre quienes figuran como empleados a término indefinido, también están incluidos, en algunos casos, los propietarios, lo cual es especialmente visible en sectores como la distribución de videos y la distribución de libros, lo que sesga la tendencia hacia la contratación indefinida. Hay que reiterar que, siendo alta

en general la tasa de vinculación a término indefinido, es muy importante señalar como relevantes aquellos sectores que, aunque ocupan mayores cantidades de personas, al mismo tiempo mantienen esa tasa alta de contratos indefinidos. Aquí vuelven a ser fundamentales los sectores más tradicionales y productivos: la radio, los periódicos y las editoriales.

El otro indicador sobre la calidad del empleo es la permanencia en el mismo. En este sentido, las tendencias coinciden con las señaladas sobre las contrataciones a término indefinido, pues casi una quinta parte tiene niveles de antigüedad superiores a 5 años y más de una cuarta parte, entre 2 y 5 años.

Esta situación tiene también su lado discutible. El hecho de que la I.C. no haya sido afectada por la flexibilización laboral en grados más altos, también se explica por la ausencia de una masa crítica de trabajadores calificados que se encuentre en posibilidades, dado su nivel de especialización, de negociar, en condiciones favorables, su trabajo como *free lance* con una o varias empresas a la vez; así mismo, por la ausencia de una demanda de este tipo de profesionales por parte de las industrias de la región. Sigue siendo destacado el papel de los sectores productivos sobre los distributivos.

## 9. A manera de conclusiones

Si se mantiene la hipótesis de que el desarrollo de la I.C. está asociado con el de la economía es decir, con la industrialización, la urbanización, la dotación de infraestructura tecnológica, en una palabra, con el mercado, esto genera un desequilibrio regional que se manifiesta, por ejemplo, en el hecho de que *“cuando vemos el consumo, observamos que los países industrializados tienen el 30% de la población mundial y cuenta con casi el 80% de la circulación de prensa del mundo”*<sup>55</sup>.

La I.C. del país más desarrollado tiene empresas más fuertes y con mejores condiciones de competitividad internacional, por su poder económico y técnico y también por la producción de mayores contenidos. *“El promedio de producción diaria de noticias de las agencias internacionales es el siguiente: AP, 17 millones de palabras por día; UPI, 14 millones; Reuters, 1.5 millones y AFP, un millón... la única agencia mundial con interés en los acontecimientos de los países pobres es Inter Press Service, que produce diariamente un promedio de 100 mil palabras”*<sup>56</sup>

En las economías, países y regiones más desarrollados, la I.C. es más relevante en el conjunto de la economía interna, tanto en términos de producción como de empleo.

Por otro lado, en las economías más débiles, la I.C. tiende a transmitir en mayor proporción contenidos provenientes de otros países y regiones que predominan sobre la producción propia, esto es, reproducir y reciclar productos ajenos en detrimento de la producción de contenido, que es el verdadero fundamento de esta industria, Al contrario, las economías

---

55 HOPEMHAYN, Martín. *El lugar de la fatalidad, el lugar de la esperanza: América Latina y la aldea global*. Inédito. Mincultura-CAB. Santafé de Bogotá, mayo 2000.P. 13.

56 Cfr. Ibídem. P.12-13

más fuertes tienen mayor producción propia<sup>57</sup>. Esto implica también trabajadores no especializados, no creativos sino operativos, poco calificados, mal remunerados y con una precaria movilidad en el mercado de trabajo.

Por tanto en la I.C. tradicional no se han producido todavía las relaciones de “geometría variable” de que habla Castells, ni es todavía una esperanza de redención económica para los países y sobre todo para las regiones más pobres, sino que está ligada al desarrollo económico y social en su conjunto.

Pero además del desarrollo económico y social, hay que considerar que el consumidor cultural se organiza en forma de audiencia. Tal audiencia ya ha superado los estrechos límites nacionales para conformar las comunidades mundiales de lectores, de tal suerte que cada vez hay más diferencias entre los segmentos de población de una región en cuanto a hábitos de consumo cultural, pero cada vez hay más afinidad entre algunos estratos de la población con los hábitos de estratos análogos de otras regiones y países; por ello, cada vez es más difícil producir para una audiencia regional e incluso nacional y cada vez es más imperativo producir para audiencias globales, a fin de tener una producción a escala, con un mercado suficientemente amplio que permita la valorización del capital. .

En este sentido las regiones tienen cada vez menos posibilidades. Por un lado, por razones económicas. Por otro lado, las audiencias regionales, como tales, son difíciles de identificar empíricamente y todo parece indicar que la identidad regional es un tanto mítica, en la medida en que en las poblaciones regionales también tiene segmentos no sólo socioeconómicos sino culturales, entre lo rural y lo urbano, lo juvenil y lo adulto, lo letrado y lo oral, etc. que hacen que existan también varias audiencias muy diferenciadas.

En tal caso, las empresas regionales tienen dificultades para producir tal variedad para una masa de consumidores restringida. Así que la diversidad de las audiencias es más fácil complacerla a través de producciones nacionales o extranjeras que son adaptables a esas audiencias particulares. De esta manera, las empresas regionales tienen mayores posibilidades como distribuidoras que como productoras, pues el costo es inferior y el beneficio infinitamente superior.

---

57 VILCHES, Lorenzo y otros. *Informe sobre la ficción televisiva en Europa*. Signo y Pensamiento. No 35. Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá, 1999. pp. 11-24

## Bibliografía

- ADORNO, Theodor. *La Industria Cultural*. En MARTIN-BARBERO, Jesús y SILVA, Armando. *Proyectar la comunicación*. Tercer mundo editores. Santafé de Bogotá, 1997.
- BAUTISTA, Eduardo. *El capital intelectual. Una aproximación al caso español*. Inédito. Mincultura-CAB. Santafé de Bogotá. Mayo 2000.
- BELL, Daniel y otros. *Industria Cultural y Sociedad de Masas*. Monteávila Ed. S.A. Caracas, 1992.
- BOISIER, Sergio. *Teorías y metáforas sobre desarrollo territorial*. Ed. CEPAL. Santiago de Chile. 1999.
- BRUNNER, José Joaquín y otros. *Chile: transformaciones culturales y modernidad*. FLASCO, Santiago, 1989.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información*. 3 Vol. Siglo XXI editores. México, 1999.
- CEPAL. 1999. *Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, diciembre de 1999.
- CONVENIO ANDRES BELLO (CAB). *Un estudio sobre el impacto económico del sector cultural en la Comunidad Andina*. Informe de avance. Santafé de Bogotá, mayo 2000.
- DANE. *Proyecciones de población a junio 1996-2005*.
- GARCÍA GRACIA, María Isabel, FERNÁNDEZ, Yolanda y SOFIO, José Luis. *La industria de la cultura y el ocio en España*. Fundación Autor. Madrid, 2000.
- HERNÁNDEZ, Daniel. *Desregulación de las telecomunicaciones y reestructuración de la economía mundial*. Anuario ININCO. Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1999.
- MEDINA, Javier y VARELA, Édgar. *Globalización y Gestión del Desarrollo Regional*. Ed. Univalle. Cali, 1996.
- HOPEMHAYN, Martín. *El lugar de la fatalidad, el lugar de la esperanza: América Latina y la aldea global*. Inédito. Mincultura-CAB. Santafé de Bogotá, mayo 2000.
- MARX, Carlos. *El Capital. Crítica de la Economía Política*. F.C.E. Bogotá, 1977.
- MASTRINI,Guillermo y BOLAÑO, César. (Editores) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Editorial Biblos. Buenos Aires, 2000.
- MATTELART, Armand. *La mundialización de la comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona, 1997.

RAMONET, Ignacio. *Industria cultural: entre la expresión y la empresa*. Inédito.

Mincultura-CAB. Santafé de Bogotá, Mayo de 2000.

STEVENSON, Nick. *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Ed.

Amorrortu. Buenos Aires, 1998.

VARIOS. *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas*. Fundación Konrad Adenauer. Ed. Pontificia Universidad Bolivariana. Medellín, 1998.

VILCHES, Lorenzo y otros. *Informe sobre la ficción televisiva en Europa*. Signo y

Pensamiento. No 35. Universidad Javeriana. Santafé de Bogotá, 1999.

### **Publicaciones periodísticas**

Diario El Espectador.

Diario El Tiempo.

Diario Portafolio.

Periódico Caja De Herramientas.

Revista América economía.

Revista Forbes.

Revista Fortune.

Revista Fortune Americas.

Revista Publicidad & Mercadeo

Revista Semana.

## Tecnologia e Mudança Espacial

Dean Lee Hansen\*

### Introdução

Desde a década 70, a mudança tecnológica tem sido ‘predominantemente’ empregada pelo meio acadêmico como uma das *principais variáveis explicativas* para as mudanças econômicas (Malecki, 1991; Thomas, 1987; Freeman, 1998). O aumento de conhecimento no processo produtivo e capacidades de aprendizagem (incluindo pesquisa, desenvolvimento, engenharia, informática, administração etc.) são vistos como fatores-chave na explicação do crescimento econômico e na determinação das vantagens comparativas globais. A justificativa firma-se na assertiva referente aos índices de crescimento e mudanças presentes na estrutura urbano-econômica que certos setores e regiões industriais passaram a indicar, na medida em que se associaram às novas tecnologias industriais, de informação e de conhecimento. Com as pesquisas pioneiras de Dorfman (1983) e Saxenian (1984, 1985) sobre o vale de silício e *Route 128*<sup>58</sup> que examinaram a tendência à aglomeração espacial de indústrias de alta-tecnologia<sup>59</sup> e definiram quais as características regionais necessárias para sustentar seu desenvolvimento - a criação de novas tecnologias e os processos de crescimento regional/local juntaram-se como novos modelos de desenvolvimento econômico.

A união entre mudanças regionais e tecnológicas deu nova vida aos estudos sobre economia regional, como expressa Storper (1997a, p. 3) ao falar que “alguma coisa engraçada aconteceu nos anos iniciais da década 80,” referindo-se à revitalização da ‘região’ como um foco privilegiado de análise do desenvolvimento tecnológico. Nas ciências econômicas, o antigo trinômio capital, terra e trabalho, perdem sua força diante da crescente tendência por

---

\* Professor Doutor do Departamento de Economia da Universidade Federal de Sergipe.

<sup>58</sup> O vale de silício (perto de San Francisco, EUA) e *Route 128* (perto de Boston, EUA) foram as primeiras aglomerações de indústrias de alta-tecnologia nos EUA.

<sup>59</sup> Indústrias de alta-tecnologia são geralmente definidas como: 1) baseadas na ciência, em vez de engenharia; 2) altos gastos de P&D; 3) alta proporção de cientistas e engenheiros empregados; 4) acelerado progresso tecnológico.

uma abordagem elucidativa dos indicativos de vantagens comparativas *regionais*. Os argumentos são intrigantes e levantam questionamentos sobre a efetividade das políticas econômicas nacionais diante das políticas locais e regionais.

As complexidades sociais e econômicas causadas pelo desenvolvimento de tecnologias de informação têm criado difíceis problemas de política industrial e econômica em todos os países, tanto no Primeiro Mundo quanto no Terceiro Mundo. Mesmo no Primeiro Mundo, existe a percepção de uma relação causal entre a competição industrial global e a racionalização da estrutura organizacional das empresas. Avanços em produtividade e lucratividade operacional, assim como a desterritorialização da localização tradicional de atividades econômicas produtivas, têm ocorrido aos custos da redução de empregos, configurando-se, ainda, como a raiz de um processo de des-industrialização. A emergência dos Estados-indústrias asiáticos e a maior mobilidade de capital têm sido respondidas pelos países do Primeiro Mundo com 'chamadas' a uma 'política industrial' em que são exigidas condições de competição iguais, incluindo subsídios de corporações nacionais ameaçadas, maior fechamento vis-à-vis de postos de trabalho no Terceiro Mundo, e a implementação de economias mais autárquicas com vistas a proteger o trabalho nacional (Rieger e Leibfried, 1998).

Embora a importância da alta tecnologia no crescimento econômico já seja amplamente reconhecida (ver: Thomas, 1985, 1987; Ewers e Wettmann, 1980; Thwaites e Oakey, 1985; Malecki, 1991; Freeman, 1998), grande parte das pesquisas existentes restringem seu foco de análise a países e/ou regiões industrializadas. Para os Países em Desenvolvimento os dilemas, problemas e efeitos que as novas tecnologias provocam, ainda não são completamente entendidos, especialmente quando estes se referem à reestruturação dos padrões espaciais econômicos, por exemplo, de produção e de investimento. O conhecimento é ainda menor em questões como seus impactos em regiões periféricas, dependência tecnológica e possibilidades de desenvolvimento tecnológico. Essas questões se tornam mais complexas na medida em que para se tornarem competitivas numa economia global, dirigida e dominada pelas novas tecnologias, os países em desenvolvimento são compelidos a apoiar o desenvolvimento tecnológico ou pelo menos a aplicar os novos fatores de produção.

Na próxima seção serão abordadas questões que abrangem os temas de progresso e mudança tecnológica e desenvolvimento econômico e suas implicações para as regiões. Serão examinados, também, os processos globais e as transições das estruturas espaciais que podem esclarecer os desafios que devem ser enfrentados pela região Nordeste e, conseqüentemente, por Sergipe.

### **Globalização e Tecnologia**

Enquanto a ênfase do debate geral, travado nas esferas acadêmica, política, midiática etc., centrava-se nos méritos e deméritos do progresso tecnológico e dos processos de globalização (criação ou destruição de empregos), a tecnologia passou a exercer um papel fundamental na competição de firmas, regiões e nações. As novas tecnologias, além de se constituírem como uma das variáveis mais importantes para a explicação dos processos de globalização, são também um dos principais instrumentos utilizados pelos países industrializados na criação de riquezas. Neste ínterim, escalas espaciais num nível subnacional (seja local, urbano ou regional), vêm tomando um importante lugar na literatura acadêmica como ‘unidade de análise’ tanto para as questões sobre desenvolvimento econômico quanto para as de exclusão social, como pode ser notado na literatura que tem como contexto a globalização (ver Dupas, 1998).

No seu sentido econômico atual, o termo ‘globalização’ apareceu pela primeira vez em 1983 num artigo de Theodor Levitt intitulado ‘*The Globalization of Markets,*’ publicado no periódico *Harvard Business Review* (Mattelart e Mattelart, 1998). Desde então o conceito tem migrado para outras disciplinas com definições e implicações não necessariamente econômicas, o que contribuiu para que a noção de globalização se tornasse ambígua (Benko, 1996), como denota, por exemplo, o argumento em que a globalização é tomada como sinônimo de homogeneização cultural no nível global (McDonaldização ou Coca-Colismo).

Por isso, é importante entender os processos de globalização<sup>60</sup> que geralmente incluem: 1) maior mobilidade de capital financeiro e capital de investimento; 2) inovações organizacionais permitindo maior inter-regionalização e internacionalização de mercados; 3) tecnologias superando espaço como os de transporte e comunicação; 4) internacionalização dos sistemas produtivos e as outras “atividades” econômicas; 5) maior interdependência no comércio internacional; 6) economias de conhecimento baseadas nas inovações científicas em áreas como informática, comunicações, engenharia genética etc.; 7) uma divisão internacional/regional de trabalho cada vez mais aprofundada e 8) desregulamentação (governo enxuto, em parte para atrair empresas) e liberalização das políticas nacionais econômicas (Reiger e Leibfried, 1998; Giddens, 1990; Gertler, 1997).

Desta forma, o novo contexto econômico é marcado por uma intensificação das relações espaciais que ampliam a conectividade e transformam localidades distantes. O ‘conceito de local’ numa economia globalizada torna-se complexo e muitos vezes contraditório, comportando uma dualidade imprevisível de crescimento ou decadência. Assim as localidades adquirem um caráter altamente individualizado, formando um complexo mosaico global (Scott, 1998).

Entretanto, a situação do ‘local’ nos países em desenvolvimento é ainda mais complexa. Uma economia global baseada em tecnologia e conhecimento suscita graves implicações. A dependência tecnológica, problema destacado por Vaitos (1976) e Stewart (1977) em seus estudos pioneiros sobre tecnologia e as relações entre empresas multinacionais e países em desenvolvimento, agravou-se com as novas tecnologias de informação. De forma contígua, o *gap* ou brecha de capacidades tecnológicas entre os países industrializados e em desenvolvimento tem aumentado com as altas-tecnologias (Singer e Ansari, 1988).

Porém, ao se tratar o conjunto de países em desenvolvimento como uma única entidade, ignora-se, primeiro, os efeitos regionais variáveis e específicos de cada país e, segundo, o fato de que as variações estruturais associadas com as mudanças tecnológicas globais exercem profundas influências espaciais, com reações diferentes e complexas em cada país ou região. Isto em razão das tecnologias de informações serem dependentes das estruturas

---

<sup>60</sup> Para outros tratamentos do termo globalização ver Gregory (1994), Coutinho (1995b), e Hirst e Thompson (1998).

sócio-econômicas e tecnológicas regionais ('local' em contraste com as do 'país') e, mais especificamente, por estas criarem novas hierarquias e padrões de riqueza, ao passo que abrem oportunidades para algumas regiões e ameaçam a sobrevivência de outras.

Os efeitos não se restringem somente ao crescimento e dinamismo econômico das regiões. As implicações regionais da globalização são variáveis, incluindo transformações sociais, culturais, políticas e urbanas, com eixos diretos ou indiretos (Geiger, 1995). Por exemplo, não é claramente entendido até que ponto as novas tecnologias solidificam ou diminuem a posição de dominação econômica dos atuais centros urbanos industriais. E, muito menos entendidas ainda, são as mudanças econômicas, sociais, culturais, políticas e urbanas que estão presentes agora nas regiões periféricas como um resultado dos processos globais – como é o caso do Nordeste (Jaramillo e Cuervo, 1990; Gonçalves, 1994; Guimarães e Castro, 1990; Sassen, 1998).

Os processos de globalização incluem um poderoso conjunto de forças de mudança que não são geograficamente uniformes. Ocorrendo o mesmo com as localidades, regiões ou países, quando estes interagem numa maior escala com os processos globais, provocando resultados específicos mas muitas vezes difíceis de se prever (Dicken, 1992). A globalização em si não é um fenômeno novo. Mesmo aqueles que criticam a existência de uma economia *globalizada* na atualidade, como Hirst e Thompson (1998, p.15), mantêm a argumentação de que a atual economia internacionalizada tem raízes na economia do século XIX. Entretanto, o fator distintivo da economia global de hoje, estaria no poder que a interdependência auferiu ao capitalismo que pôde assim, abranger-se ao ponto de se tornar capaz de transformar e até determinar condições econômicas mundialmente (Martínez, 1994).

Através da globalização e, baseando-se em invenções científicas e tecnológicas em áreas como informática, comunicações, robótica e engenharia genética, o capitalismo estendeu-se, mesmo que virtualmente, para todas as regiões do mundo. Sassen (1991) caracteriza a atual economia global por uma complexa dualidade: dispersão geográfica da atividade econômica mas com organização global integrada, em outras palavras, por uma divisão internacional do trabalho intensificada. Storper (1994), no entanto, nos lembra que a trajetória tecnológica continua: enquanto algumas regiões vão ganhar - regiões que têm

economias de aprendizado (*learning economies*) - outras vão ser deixadas para trás. Porém, mesmo aquelas regiões que foram *aparentemente* deixadas para trás, ainda sofrerão profundas modificações (Leborgne e Lipietz, 1990). Logo, os processos de globalização são uma ameaça significativa para o aumento das desigualdades regionais, afetando, principalmente, aquelas regiões onde faltam a capacidade tecnológica para se adaptar aos novos avanços tecnológicos e atividades econômicas. Então, por motivos de exatidão, as diferenciações mundiais de desenvolvimento seguem agora, na visão do autor, a ‘divisão regional de capacidades tecnológicas’.

## **Brasil e Mudança Regional Recente**

### **O Exemplo de Produção Flexível e Mudança Regional**

Com o fim do Fordismo e o proeminente desenvolvimento tecnológico, questões como espaço e localização industrial sofreram redimensionamentos. A reestruturação industrial é um fator que pode influenciar a produção liberando-a de uma dependência geográfica aos antigos centros industriais, abrindo *janelas de oportunidade locacional* e criando, assim, novos espaços industriais e novas regiões de aglomeração (Scott, 1998b). Agora, variados aspectos do processo de produção podem ser localizados em diferentes regiões do mundo, tendo como base as vantagens comparativas de cada região como custos de mão-de-obra, ausência de sindicatos, proximidade ao mercado consumidor e capacidade tecnológica. O processo, chamado por Scott (1998b) de industrialização flexível é tipificado pela proliferação de redes produtivas de indústrias e serviços de alta-tecnologia, fazendo renascer os conceitos de distrito industrial e aglomerações em várias partes do mundo, inclusive na periferia. Os novos espaços industriais são agora ligados por redes de interdependências com empresas multinacionais, atuando num importante papel de mediação do global com o local. As novas empresas são fragmentadas na produção e na organização, ou descentralizadas, com maior economia de escopo ou produção diversificada e variada.

Como ilustração, pode-se citar o exemplo do declínio ou crise dos processos de manufatura fordistas pela estagnação da demanda. O fordismo é caracterizado por processos industriais que utilizam:

linhas de produção fixas em um espaço

integração vertical

produção em massa

consumo em massa

produção industrial padronizada

estandardização de peças e produtos

economias de escala (aumento de produção, redução de custos)

força de mão-de-obra diversificada e qualificada

aumento de produtividade, necessário para o aumento da demanda

rigidez de produção e de localização

O FMS (sistema flexível de manufatura) atuou na quebra da linha de produção, na redução dos custos, no rompimento com as antigas barreiras de distância e na apresentação de produtos com maior qualidade, a um menor custo e mais maleáveis às mudanças e oscilações do mercado, possibilitando, também, a fragmentação das fases de concepção, pesquisa-desenvolvimento, *design*, produção e distribuição. Porém, as novas técnicas de produção baseadas nas novas tecnologias, substituíram as linhas de produção fordistas por sistemas flexíveis de manufaturas, ou produção flexível, baseados em equipamentos informatizados CAD/CAM (Desenho Assistido por Computador e Manufaturado Assistido por Computador, robôs e, essencialmente, automação industrial).

Os significados econômicos diretos decorrentes da implantação do FMS está na produção 24 horas, na maior eficiência e controle de qualidade. Outros fatores importantes são a flexibilização na localização de fábricas e economias de *scope*. Com a flexibilização da localização - comumente vista como um ponto positivo para as economias em desenvolvimento devido à difusão industrial - as fábricas podem, ao contrário, passar a se localizar em regiões mais próximas aos mercados consumidores, desencadeando um processo de re-industrialização, ou seja, de recuperação do processo de desindustrialização

no Primeiro Mundo, devido à diminuição na utilização de mão-de-obra. Por sua vez, as economias de *scope* (escopo ou extensão) podem ser explicadas através da maneira pela qual o FMS pode ser rapidamente reprogramado para fazer novos produtos/componentes, pela capacidade de produção em quantidades menores, mas tão eficientemente como as apresentadas pela produção em massa, e pela facilidade que este sistema possui em adaptar-se às demandas do mercado.

A partir desse novo sistema de manufaturar, um produto como um vestido, por exemplo, poderá ser desenhado em São Francisco, cortado a laser em Mimai, costurado no Caribe e novamente comercializado nos EUA ou no mundo. O FMS serve, por tanto, como um bom exemplo das potencialidades dos processos de globalização.

Significantes mudanças sociais e espaciais, associados a esse processo de globalização, estão baseadas no uso de tecnologias de informação.

A primeira alteração diz respeito à desindustrialização (regiões que perdem indústrias e empregos industriais), processo que teve início no Primeiro Mundo na década de setenta e que começou no Brasil no final dos anos oitenta. A partir de então, firmas industriais brasileiras que geralmente operavam com técnicas fordistas, passaram a reestruturar e automatizar seus processos de produção para recuperar a competitividade, processo que está diretamente relacionado com a reestruturação do espaço econômico brasileiro.

A adaptação de tecnologias afeta profundamente a qualidade e a quantidade da mão-de-obra, exigindo menos habilidades<sup>61</sup> e um menor número de trabalhadores (Dicken, 1992; Tagtachian, 1990). Liberados pelos novos processos de produção das antigas necessidades de mão-de-obra especializada, várias firmas têm escolhido novas localizações para suas fábricas. Por exemplo, a região do ABC paulista, o centro industrial brasileiro, experimentou um alarmante declínio nos números de suas indústrias nos últimos anos

---

<sup>61</sup> Este problema está diretamente relacionado com a desabilitação. No passado, os trabalhadores deviam apresentar qualificações que agora estão sendo replicadas pelos equipamentos informatizados. Deste modo, aquele trabalhador que, por exemplo, esculpia madeira para a fabricação do pé de uma mesa agora pode ser substituído por uma máquina controlada por computador. O que contribuiu para que o trabalhador manufatureiro passasse a ganhar salários cada vez mais baixos, na medida em que a demanda passou a exigir trabalhadores menos qualificados. A automação industrial requer uma redução no volume de mão-de-obra e isso é irreversível.

(entre 1989 a 1994) de 6.692 para 5.781, uma queda de 13,6% que translata uma queda de 33 mil empregos (Souza e Neves, 1995). Adotando sistemas de produção flexíveis com novas tecnologias, as firmas, hoje, estão mais inclinadas a se localizarem, ou realizarem, em regiões não tradicionais, fora do ABC paulista, que possuam mão-de-obra mais barata e não militante, não sindicalizada. Este é apenas um exemplo da relação existente entre processos de globalização e mudanças regionais no Brasil (Neto, 1995).

### **Espaço e Tecnologia**

Para acompanhar e explicar as miríades de transformações resultantes da globalização, novos termos têm sido criados como pós-fordismo, territorialidade, desindustrialização, desabilitação, fragmentação espacial, *just-in-time*, regiões de criatividade ou de aprendizado, pós-industrialização e divisão social do espaço e, da mesma forma, termos já consagrados têm recebido novos tratamentos como aglomeração, localização industrial, reestruturação, flexibilidade, mudanças tecnológicas, distritos industriais e *clusters*.

A literatura mais recente indica um maior aprofundamento no conceito de espaço regional e local para entender como os processos listados acima se refletem em espaços específicos. Existe uma re-teorização da região e uma análise mais apurada de como a região age, não só como uma dimensão chave para a organização sócio-econômica e político-cultural mas também como ela funciona na coordenação econômica empresarial e governante (Cooke e Morgan, 1998). É evidente que as mudanças tecnológicas em curso promoveram uma certa desconcentração espacial das atividades econômicas, parte devido à localização de indústrias em novas áreas, parte em decorrência dos velhos centros industriais que, de acordo com Galvão (1998), agem de forma a diminuir as desigualdades espaciais.

O problema está no fato de os investidores, quando tomam suas decisões locais visando unicamente a relação custo/benefício privada de seus investimentos, desconsiderarem muitos outros custos que serão crescentemente assumidos pelo Estado nas áreas de grande concentração de atividades econômicas. Assim, ao transferir para o Estado (ou seja, para a sociedade) a responsabilidade pela cobertura, por exemplo, dos custos relativos ao provimento da infra-estrutura pública necessária, a nação inteira passa a pagar um alto ônus, tanto pela mobilização dos recursos, quanto, no caso de essas infra-estruturas

não serem satisfatoriamente atendidas, pelo aumento dos congestionamentos, da poluição urbana e de outras externalidades. Além disso, cria-se um mecanismo perverso, mas extremamente eficaz, de reforço e perpetuação da tendência à concentração espacial das atividades econômicas (Galvão, 1998).

Desde o início do capitalismo, as regiões funcionaram como lugares de aglomeração e atividades de produção especializada (Scott, 1998b), mas estas só se constituem como aglomerações de aprendizagem a partir de um conhecimento coletivo localizado (Spender, 1998). Neste sentido, a região é *dinâmica*, capaz de transformação e sujeita a um conjunto de processos de mudança e evolução. Não obstante a aprendizagem tecnológica e organizacional localizada ser um processo que se constrói a partir de conhecimento prévio ou capacidade tecnológica local, existem trajetórias de aprendizagem que podem ser cegas às outras trajetórias – *path-dependency*. As tecnologias têm uma evolução canalizada em maneiras *path-dependent* de acordo com o surgimento de paradigmas tecnológicos. As características locais influenciam o modo como os problemas tecnológicos serão solucionados e pesquisados, agindo de forma a canalizar tecnologias em certas trajetórias. Assim, definir a capacidade tecnológica de uma região é um ponto de partida fundamental para colocá-la numa trajetória tecnológica.

Capacidade tecnológica é, essencialmente, a eficiente utilização de tecnologia através dos esforços tecnológicos de pessoas, empresas e regiões e pelo processo acumulativo e aglomerado de aprendizagem. Dois componentes de capacidade tecnológica são: 1) a utilização positiva de tecnologia transferida pela seleção, utilização, adaptação e melhoramento; 2) o desenvolvimento tecnológico de uma capacidade local de pesquisa e inovação (Hansen, 1990, 2000).

Atividades econômicas e uma geral infra-estrutura econômica, definem os parâmetros iniciais para uma capacidade tecnológica que pode ser incorporada em produtos e processos e, mais significativamente, em pessoas que através do aumento da capacidade tecnológica têm seus conhecimentos e habilidades ampliados, o que configura uma maior eficiência aos recursos humanos. Desta forma, uma maior capacidade tecnológica pode ser adquirida por meio de um aumento na qualidade de recursos humanos, o que envolve educação formal, treinamento de pessoal, experiência, e esforços específicos para obter, assimilar, adaptar,

melhorar, ou criar tecnologia (Dahlman, 1984; McNamara *et al*, 1988). Neste contexto, estruturas locais como universidades, instituições e organizações de pesquisa são vitais para definir uma estrutura humana regional que, no seu ideal funcionamento, empregam, geram esforços humanos e providenciam ambientes de trabalho que incluem facilidades físicas, como laboratórios, equipamentos de pesquisa, bibliotecas e facilidades de apoio, como serviços de consultoria, engenharia e de informações tecnológicas (Thomas, 1979). Logo, a capacidade tecnológica regional possui um vínculo direto de dependência com fatores como educação, pesquisa e redes interligadas de informações que passam a funcionar como formadores do ambiente econômico geral - por exemplo, como o sistema produtivo. Porém, aumentar unicamente a oferta de pessoal qualificado com treinamento científico e técnico não é suficiente, é necessário considerar, também, *os fatores que irão determinar a demanda de trabalhadores*, tema este que mesmo hoje ainda é pouco estudado (Nelson e Rosenberg, 1998).

Vários elementos, condições e processos, no entanto, são fundamentais para a construção de capacidades tecnológicas regionais que podem ser fomentadas através do desenvolvimento de infra-estruturas de apoio baseadas em : a) recursos humanos; b) redes de pesquisa; c) aglomerações regionais. Embora esses fatores individuais sejam identificados como distintos, deve ser lembrado que seus inter-relacionamentos são de indubitável importância e, apesar de ainda não serem muito bem entendidos, apresentam um significativo aumento cumulativo, o que assegura suas manifestações em áreas de concentração espacial (Hansen, 1990).

As estruturas listadas acima iniciam nossa análise mas não explicam a dinâmica regional ou os processos regionais de aprendizagem e as forças de aglomeração. O processo evolucionário positivo de aprendizagem, por exemplo, pode ser ilustrado nas economias regionais que têm se recuperado pela des-industrialização, nas que se desenvolveram como regiões de crescimento na economia globalizada, como também no seu oposto dado pelas regiões com dificuldades ou que declinaram. Mas o que cria o conjunto de processos positivos?

Scott (1998a) argumenta que a vantagem comparativa ricardiana ainda funciona no aspecto em que as economias regionais se especializam e interagem nas redes globais de comércio,

mas que agora a dinâmica de aglomeração locacional depende dos ‘fatores’ que tem raízes *historicamente acumuladas* em estruturas sociais e políticas. Neste contexto, vantagem comparativa e produtiva regional é tomada como a totalidade do desenvolvimento, combinado com tipos locacionais de processos sociais e políticos específicos e o conjunto das interações de sub-sistemas estruturais compostos por divisões sociais de trabalho, tecnologias, conhecimento, padrões de emprego, efeitos de reputação etc. Todos esses fatores, em interação mutua, constroem complexos econômicos regionais que são maiores do que a soma do poder de empresas individuais competitivas.

Este novo processo de desenvolvimento regional depende mais dos *assets* (ativos/bens) criados que dos naturais como um motor de geração de renda e crescimento econômico. *Assets* criados incluem conhecimento acumulado, habilidades, aprendizado e experiência, competência organizacional, capacidade de empreendimento ou empresarial, alianças e redes cooperativas que são embutidas em pessoas, instituições etc. (Dunning, 1998). Entretanto, mais importante ainda é como os ativos interagem em localidades ou redes de ativos.

Low (1997) destaca as redes de fluxos (*networks of flows*) de capital, bens e pessoas e suas articulações com outros espaços nas escalas diferentes, com outras regiões e o espaço global. Redes internacionais, quando se intersectam com ‘espaços de rede’ a nível regional, se reestruturam e se estendem (extensão - *extension*), dependendo das redes locais de investimento, habilidades, efeitos e ligações industriais.

Storper (1997b) também destaca a interação e argumenta que desenvolvimento econômico territorializado é uma atividade econômica que é dependente dos recursos territorialmente específicos. Neste caso, ‘recursos’ abrangem ativos/bens (*assets*) disponíveis num lugar específico, no contexto de relações espaciais inter-organizacionais e de empresa-mercado -- relações que indicam proximidade geográfica. Ativos/bens são ‘duros’ (*hard*) - como trabalho e tecnologia - ou ‘macios’ (*soft*) - informação, convenções de interação, relações específicas de habilidades. Relações e interações geograficamente próximas, se geram efeitos de *spillover* (transbordamento) ou externalidades positivas, são ativos/bens importantes no sistema econômico territorial. Porém, territorialização não redundando necessariamente em aglomeração, ela ocorre quando as especificidades de um recurso-

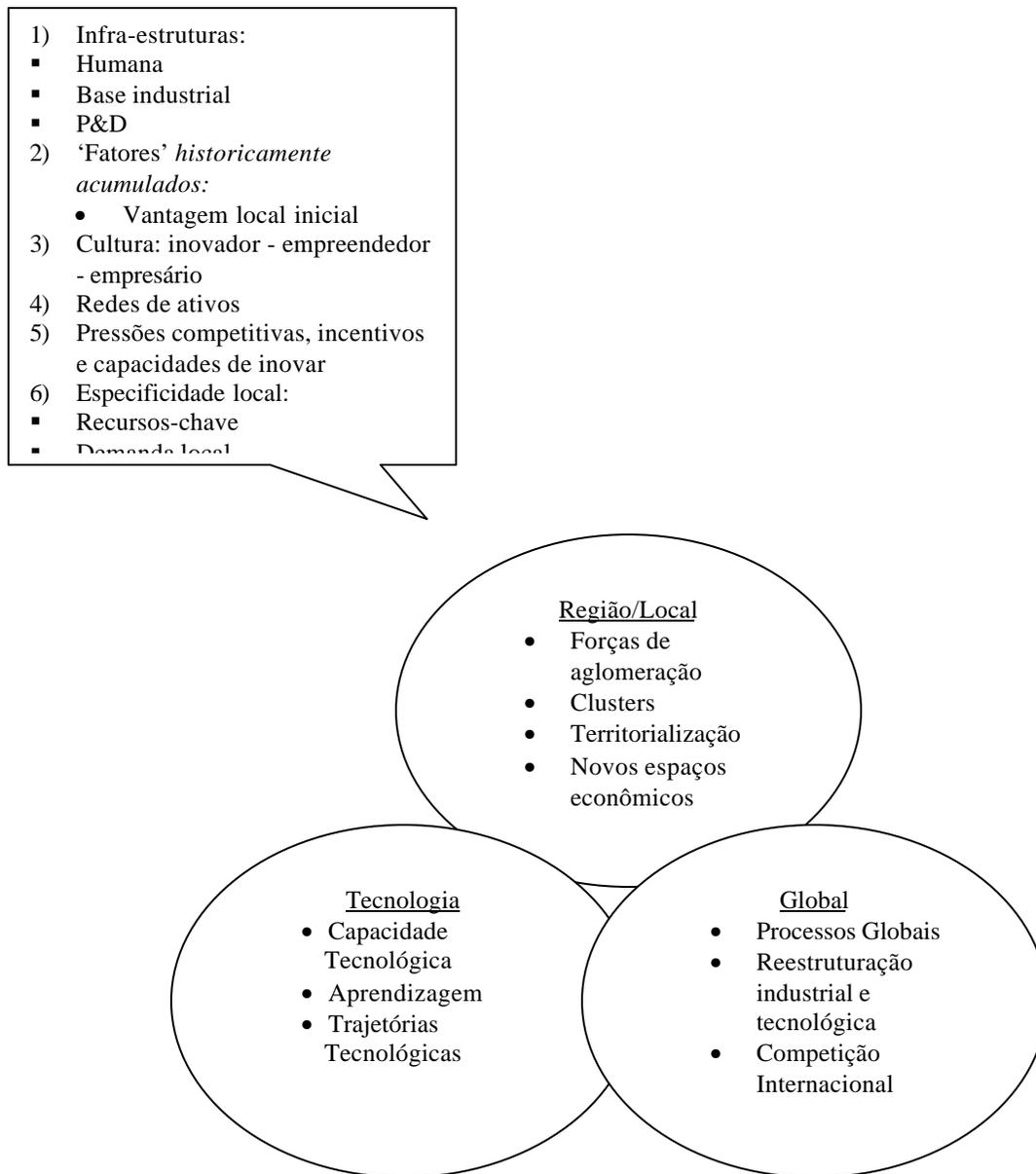
chave atraem produtores a um lugar específico e quando localiza numa aglomeração o sistema de produção específico que virá a ser a relação específica e uma chave para eficiências contínuas. Distritos industriais são freqüentemente caracterizados como fortes redes de territorialização e redes de mercados internacionalizados, tornando-se uma ocasião para a implementação de políticas de apoio a distritos competitivos.

Uma outra literatura tem destacado a importância dos *clusters* regionais<sup>62</sup> - grupos de empresas na mesma indústria, ou indústrias relacionadas próximas geograficamente - e que podem incluir os distritos industriais. Os *clusters* são mais evidentes nas economias dos países desenvolvidos, como é o caso de 'Hollywood,' e 'Wall Street,' nos EUA, para identificar exemplos óbvios. Detendo-se nos fatores importantes para o desenvolvimento de um *cluster*, têm-se que, em muitos casos, sua origem está vinculada a alguma especificidade local, demanda local ou indústria relacionada. Entretanto, Enright (1998) alega que nem todos os *clusters* regionais se desenvolveram a partir de uma vantagem local inicial. Segundo ele, a criação de um conhecimento industrial específico através de redes de troca de idéias e inovações, o desenvolvimento de redes de insumo-produto-consumo e pressões competitivas locais que forçaram empresas a inovarem ou melhorarem, são fatores que explicam, também, o crescimento de *clusters*. São as pressões, incentivos e capacidades de inovar que permitem aos *clusters* regionais competirem contra concorrentes dispersados. Efeitos de *spinoff*, que ocorrem quando trabalhadores de uma empresa saem e desenvolvem outras empresas na localidade (como o caso das empresas de software em Seattle - EUA), explicam, por sua vez, a multiplicação de empresas similares.

---

<sup>62</sup> Para ler mais sobre clusters, ver Neto (1998).

Figura 1 – Componentes do desenvolvimento regional



Em comum, as novas perspectivas de desenvolvimento regional têm a ênfase dada à importância das redes locais como um fator que torna a totalidade da região mais importante que seus componentes tomados de forma individual. A figura 1, traz um resumo gráfico destas noções.

### **Tecnologia e Espaços Periféricos**

O número de pesquisas e estudos sobre questões como as recentes mudanças apresentadas nas estruturas espaciais de países na América Latina, são ainda em menor número do que aquelas que mantêm em perspectiva os países do Primeiro Mundo (Jaramillo e Cuervo, 1990; Coutinho, 1995a), como as apresentadas na seção anterior. Contribuindo para que questões tais como os processos e impactos globais, mudanças internas e regionais e os efeitos sofridos pelas regiões periféricas de países individuais na América Latina, permaneçam sem respostas claras. De forma que podemos perguntar sobre como as mudanças estruturais globais atuam nas regiões periféricas.

Características regionais - a maior parte baseadas em capacidade tecnológica - passam a representar um papel significativo junto ao processo de entendimento de como localidades interagem frente à grande escala de processos globais. Assim, regiões com capacidades tecnológicas, ou regiões que estão adaptando suas políticas locais para promover uma capacidade tecnológica, têm maiores possibilidades de se posicionarem mais confortavelmente perante às mudanças globais do que as regiões que não possuem capacidades tecnológicas e que, fatalmente, ficarão propensas à estagnação.

Recursos e habilidades locais são, mais do que nunca, fundamentais para o ajustamento de regiões aos processos globais (Storper, 1990, 1994). Assim, o grave dilema enfrentado pelas regiões periféricas concentra-se no fato de que elas não apresentam características de 'economias de aprendizado' ou capacidade tecnológica mas, devido ao caráter abrangente e penetrante dessas transformações, elas serão compelidas a se adaptarem aos novos modelos econômicos. Desta forma, regiões consideradas periféricas ficarão com suas sobrevivências comprometidas.

Claramente, inovações tecnológicas criam novas regiões de crescimento econômico em países industrializados ou regiões de alta-tecnologia – os chamados novos espaços

industriais, como o Vale de Silício, a Terceira Itália, Baden-Wurtemberg, Cambridge e o Orange Country (Los Angeles, EUA) - mas também, a realocização de atividades produtivas desenvolvem regiões da periferia, no Primeiro e Terceiro Mundos (Cox, 1997; Cooke e Morgan, 1998), chamados novos espaços econômicos, como foi o caso da região sul dos Estados Unidos.

Porém, fenômenos observados em países industrializados podem não encontrar reflexos em países em desenvolvimento. Apesar das inerentes tendências apresentadas pelos novos sistemas de produção em criar espaços de crescimento - geralmente cidades secundárias - e, por conseguinte, reduzir as polarizações econômicas, cabe às regiões periféricas, como argumenta Coraggio (1994), o encargo de viabilizar políticas que promovam a capacidade tecnológica e a flexibilidade regional, a ampliação de suas capacidades em atrair novas atividades econômicas e o surgimento de diferentes meios que impulsionem o crescimento econômico regional.

Como Stöhr e Tödting (1986) notaram, temas sobre desenvolvimento não são necessariamente relatados junto a mudanças econômicas quantitativas e sim, mais freqüentemente, às transformações qualitativas e estruturais. Por isso, muitas das proposições teóricas e questões levantadas pela estrutura conceitual não indicarão, facilmente respostas e dados específicos. Como em geral desenvolvimento econômico e mudanças regionais são processos multidimensionais, que envolvem mudanças qualitativas e quantitativas, eles refletem de forma complexa as mudanças econômicas, como também fundamentais mudanças sociais (Wilson e Woods, 1982). Desta forma, a efetivação de análises sobre essas mudanças combinadas, providenciarão indicadores importantes para a verificação ou rejeição de hipóteses.

#### Conclusão

Embora a literatura de desenvolvimento espacial seja de grande utilidade para mostrar e explicar mudanças regionais, ela apresenta três significativos problemas. O primeiro, é que os *fenômenos* - sociais, culturais ou econômicos - não são claramente ligados ao processo de globalização, mesmo quando os autores usam terminologias de globalização para desenvolver suas noções conceituais ou teóricas.

O segundo problema, relaciona-se ao fato de que temas conceituais baseados na experiência dos países industrializados são genericamente utilizados para ilustrar *possíveis* impactos sofridos pelo Brasil e demais países da América Latina, omitindo-se em apresentar resultados empíricos que comprovem e apoiem suas proposições.

O terceiro problema diz respeito à quase completa ausência de pesquisas sobre globalização e mudanças regionais em áreas periféricas. Este tema, que ocupa um significativo espaço em pesquisas feitas nos países industrializados, é quase que completamente ignorado em detrimento de pesquisas sobre as *regiões mais desenvolvidas*, dentro do Brasil ou de outros países Latino Americanos.

A lacuna conceitual que motiva o desenvolvimento deste tipo de pesquisa apresenta uma divisão tripartite. Primeiro, a abundante literatura sobre globalização, tecnologias de informação e mudanças regionais apresentam uma orientação, decididamente, dos países industrializados, mesmo quando essas forças existem nos países em desenvolvimento. Segundo, o fenômeno da globalização pode afetar países em desenvolvimento diferentemente do que em países industrializados, por tanto uma pesquisa empírica faz-se necessária para provar a validade destes conceitos existentes na teorização e contextualização dos países em desenvolvimento. Terceiro, as pesquisas sobre globalização e mudanças regionais nos países em desenvolvimento, ainda na infância, não tratam os problemas específicos ou não enumeram possíveis janelas de oportunidade para as regiões periféricas.

## Referências Bibliográficas

- BENKO, Georges (1996) *Economia, Espaço e Globalização: na Aurora do Século XXI*, São Paulo: HUCITEC.
- CASTELLS, Manuel (1999) *A Sociedade em Rede*, tradução: Roneide Venâncio Majer, São Paulo: Paz e Terra.
- COOKE, Philip, e MORGAN, Kevin (1998) *The Associational Economy: Firms, Regions, and Innovation*, Oxford: Oxford University Press.
- CORAGGIO, José Luis (1994) "A Construção de uma Economia Popular como Horizonte para Cidades sem Rumor," In:– Luiz César de Queiroz Ribeiro e Orlando Alves dos Santos Júnior (organizadores) *Globalização, Fragmentação, e Reforma Urbana: O Futuro das Cidades Brasileiras na Crise*, Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S.A..
- COUTINHO, Luciano (1995a) "O Desenvolvimento Urbano no Contexto da Mudança Tecnológica," In:– Maria Flora Gonçalves (organizadora) *O Novo Brasil Urbano: Impasses, Dilemas, Perspectivas*, Porto Alegre: Mercado Aberto.
- COUTINHO, Luciano G. (1995b) "Nota Sobre a Natureza da Globalização." *Economia e Sociedade*. Campinas (4): jun., p. 21-26.
- COX, Kevin R. (1997) "Introduction: Globalization and its Politics in Question," In:– Kevin R. Cox (ed.), *Spaces of Globalization: Reasserting the Power of the Local*, New York: The Guilford Press.
- DAHLMAN, Carl J. (1984) "Foreign Technology and Indigenous Technological Capability in Brazil," In:– Martin Fransman and Kenneth King (eds) *Technological Capability in the Third World*, London: Macmillan Press.
- DICKEN, Peter (1992) *Global Shift*, New York: The Guilford Press.
- DORFMAN, Nancy S. (1983) "Route 128: The Development of a Regional High Technology Economy," *Research Policy*, 12, pp. 299-316.
- DUNNING, John H. (1998) "Globalization, Technological Change and the Spatial Organization of Economic Activity," In: Alfred D. Chandler, Jr., Peter Hagström, e Örjan Sölvell (eds.) *The Dynamic Firm*, Oxford: Oxford University Press.

- DUPAS, Gilberto (1998) “A Lógica da Economia Global e a Exclusão Social,” *Estudos Avançados*, 12 (34), p. 121-159.
- ENWRIGHT, Michael J. (1998) “Regional Clusters and Firm Strategy,” In: Alfred D. Chandler, Jr., Peter Hagström, e Örjan Sölvell (eds.) *The Dynamic Firm*, Oxford: Oxford University Press.
- EWERS, H. J. e WETTMANN, R. W. (1980) "Innovation-Oriented *Regional Policy*," *Regional Studies*, Vol. 14, pp. 161-179.
- FREEMAN, Christopher (1998). “The Economics of Technical Change,” In:– Daniele Archibugi e Jonathan Michie (eds) *Trade, Growth and Technical Change*, Cambridge: Cambridge University Press.
- GALVÃO, Olímpio J. de Arroxelas (1998) *Por uma Nova Política de Desenvolvimento Regional: A Experiência Internacional e Lições para o Brasil*, <http://www.ufrj.br>.(Instituto de Economia)
- GREGORY, Derek (1994) “Teoria Social e Geografia Humana,” In:- Derek Gregory, Ron Martin, Graham Smith (orgs.) *Geografia Humana*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.
- GEIGER, Pedro P. (1995) “A Urbanização Brasileira nos Novos Contextos Contemporâneos,” In:– Maria Flora Gonçalves (organizadora) *O Novo Brasil Urbano: Impasses, Dilemas, Perspectivas*, Porto Alegre: Mercado Aberto.
- GERTLER, Meric S. (1997) “Between the Global and the Local: The Spatial Limits to Productive Capital,” In:– Kevin R. Cox (ed.), *Spaces of Globalization: Reasserting the Power of the Local*, New York: The Guilford Press.
- GIDDENS, Anthony (1990) *As Conseqüências da Modernidade*, Tradução Raul Fiker, São Paulo: UNESP.
- GONÇALVES, Maria Flora (1994) “Uma de Muitas Facetas da Paradoxal Urbanização Brasileira,” In:– Francisco Capuano Scarlato, Milton Santos, Maria Adélia A. de Souza, e Monica Arroyo (organizadores) *Globalização e Espaço latino-americano*, São Paulo: Editora HUCITEC.
- GUIMARÃES, Antônio Sérgio Alfredo e CASTRO, Nadya A. (1990) “Classes, Regimes Fabris e Mudança Social no Nordeste Brasileiro,” In:– Licia Valladares e Edmond

- Preteceille (organizadores) *Reestruturação Urbana: Tendências e Desafios*, São Paulo: Livraria Nobel, S. A.
- HANSEN, Dean L. (1990) *Acquiring High-Technology Capability: The Case of the Brazilian Informatic Industry*, The University of Washington, Ph.D. dissertation.
- HANSEN, Dean L. (2000) "Technological Change and Development: Conceptual Considerations." *Caderno UFS de Economia*. vol. 2, n. 1, (no prelo).
- HIRST, Paul e THOMPSON, Grahame (1998) *Globalização em Questão*, Tradução Wanda Caldeira Brant, Petrópolis: Editora Vozes.
- JARAMILLO, Samuel e CUERVO, Luis Mauricio (1990) "Tendências Recentes e Principais Mudanças na Estrutura Espacial dos Países Latino-Americanos," In:– Licia Valladares e Edmond Preteceille (organizadores) *Reestruturação Urbana: Tendências e Desafios*, São Paulo: Livraria Nobel, S. A.
- LEBORGNE, Danielle e LIPIETZ, Alain (1990) "Flexibilidade Defensiva ou Flexibilidade Ofensiva: Os Desafios das Novas Tecnologias e da Competição Mundial," In:– Licia Valladares e Edmond Preteceille (organizadores) *Reestruturação Urbana: Tendências e Desafios*, São Paulo: Livraria Nobel, S. A.
- LOW, Murray. (1997) "Representation Unbound: Globalization and Democracy," In:– Kevin R. Cox (ed.), *Spaces of Globalization: Reasserting the Power of the Local*, New York: The Guilford Press.
- MALECKI, Edward J. (1991) *Technology and Economic Development: The Dynamics of Local, Regional, and National Change*, Essex: Longman Scientific and Technical.
- MARTÍNEZ, Patricia Eugenia Oliveira (1994) "Reestruturação do Estado e Nova Fronteira no México," In:– Francisco Capuano Scarlato, Milton Santos, Maria Adélia A. De Souza, e Monica Arroyo (organizadores) *Globalização e Espaço Latino-Americano*, São Paulo: Editora HUCITEC.
- MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle (1998) *Theories of Communication*, Translation Susan Gruenheck Taponier and Janes<sup>a</sup> Cohen, London, Sage Publications.
- MCNAMARA, Kevin T.; KRIESEL, Warren P. e DEATON, Brady J. (1988) "Human Capital Stock and Flow and Economic Growth Analysis: Note," *Growth and Change*, Winter, pp. 61-66.

NELSON, Richard R. e ROSENBERG, Nathan (1998) "Science, Technological Advance and Economic Growth," In: Alfred D. Chandler, Jr., Peter Hagström e Örjan Sölvell (eds.) *The Dynamic Firm*, Oxford: Oxford University Press.

NETO, Alfredo Lopes (1998) *O Que è o Cluster?*, Fortaleza: Edições IPLANCE.

NETO, Leonardo Guimarães (1995) "Desigualdades Regionais e Federalismo," In:– Rui de Brito Álvares Affonso e Pedro Luiz Barros Silva (organizadores) *Federalismo no Brasil: Desigualdades Regionais e Desenvolvimento*, São Paulo: FUNDAP: Editora da Universidade Estadual Paulista.

PRETECEILLE, Edmond (1994) "Cidades Globais e Segmentação Social," In:– Luiz César de Queiroz Ribeiro e Orlando Alves dos Santos Júnior (organizadores) *Globalização, Fragmentação, e Reforma Urbana: O Futuro das Cidades Brasileiras na Crise*, Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S.A..

SAXENIAN, Anna Lee (1984) "The Urban Contradictions of Silicon Valley: Regional Growth and the Restructuring of the Semiconductor Industry," In:– Larry Sawers and Willian K. Tabb (eds) *Sunbelt/Snowbelt*, Oxford: Oxford University Press

SAXENIAN, Anna Lee (1985) "Silicon Valley and Route 128: Regional Prototypes or Historic Exceptions?," in Manuel Castells (ed) *High Technology, Space, and Society*, Beverly Hills: Sage Publications.

RIEGER, Elmar e LEIBFRIED, Stephan (1998) "Welfare State Limits to Globalização," *Politics & Society*, vol. 26, no. 3, September, p. 363-390.

SASSEN, Saskia (1991) *The Global City*, Princeton; Princeton University Press.

SASSEN, Saskia (1998) *As Cidades na Economia Mundial*, Tradução Carlos Eugênio Marcondes de Moura, São Paulo; Studio Nobel.

SCOTT, Allen J. (1998a) *Regions and the World Economy*, Oxford: Osford University Press.

SCOTT, Allen J. (1998b) "The Geographic Foundations of Industrial Performance," In: Alfred D. Chandler, Jr., Peter Hagström, e Örjan Sölvell (eds.) *The Dynamic Firm*, Oxford: Oxford University Press.

SINGER, Hans W. e ANSARI, Javed A. (1988) *Rich and Poor Countries: Consequences of International Economic Disorder*, London: Unwin Hyman Ltd.

- SOUZA, Cláudia de e NEVES, Fernando (1995) “A Estrela do ABC Paulista Perde o Brilho,” *Jornal do Brasil*, Sept. 24, Negócios e Finanças, p. 2.
- SPENDER, J. C. (1998) “The Geographies of Strategic Competence: Borrowing from Social and Educational Psychology to Sketch an Activity and Knowledge-Based Theory of the Firm,” In: Alfred D. Chandler, Jr., Peter Hagström, e Örjan Sölvell (eds.) *The Dynamic Firm*, Oxford: Oxford University Press.
- STÖHR, Walter e TAYLOR, D.R. Fraser (1981) “Development From Above or Below? The Dialectics of Regional Planning in Developing Countries,” In:– A.L. Mabogunje and R.P. Misera (eds) *Regional Development Alternatives, International Perspectives*, Nagoya, Maruzen Asia.
- STÖHR, Walter e TÖDTLING, Franz (1986) "Quantitative, Qualitative, and Structural Variables in the Evaluation of Regional Development Policies in Western Europe," In:– Gunnar Törnqvist, Björn Gyllström, Jan-Evert Nilsson, and Lennart Svensson (eds) *Division of Labour, Specialization, and Technical Change*, Lund: Swedish Expert Group on Regional Studies.
- STORPER, Michael (1990) “A Industrialização e a Questão Regional no Terceiro Mundo,” In:– Licia Valladares e Edmond Preteceille (organizadores) *Reestruturação Urbana: Tendências e Desafios*, São Paulo: Livraria Nobel, S. A.
- STORPER, Michael (1994) “Desenvolvimento Territorial na Economia Global do Aprendizado: o Desafio dos Países em Desenvolvimento,” In:– Luiz César de Queiroz Ribeiro e Orlando Alves dos Santos Júnior (organizadores) *Globalização, Fragmentação, e Reforma Urbana: O Futuro das Cidades Brasileiras na Crise*, Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S.A..
- STORPER, Michael (1997a) *The Regional World*, New York: The Guilford Press.
- STORPER, Michael. (1997b) “Territories, Flows, and Hierarchies in the Global Economy,” In:– Kevin R. Cox (ed.), *Spaces of Globalization: Reasserting the Power of the Local*, New York: The Guilford Press.
- SUAREZ-VILLA, Luis (1983a) “Center-Down Development in Perspective: Labor Absorbtion and Interdependence in Brazilian Regional Industries,” *Papers of the Regional Science Association*, Vol. 53 pp 43-58.

SUAREZ-VILLA, Luis (1983b) "Polarization Reversal and the Conflict Between Spatial Needs and Sectoral Policies in Brazilian Urban Development," *Regional Development Dialogue*, vol.4 #2 Autumn.

TAGTACHIAN, Beatriz Balián de (1990) "Poor Families in Latin America," *UNISA Lat. Am.*, September, pp. 40 – 46.

THOMAS, Morgan D. (1979) "Economic Development, Technological Change, and the New International Economic Order," *Geoforum*, Vol. 10, pp. 129-140.

THOMAS, Morgan D. (1985) "Regional Economic Development and the Role of Innovation and Technological Change," In:– A. T. Thwaites, and R. P. Oakey (eds) *The Regional Economic Impact of Technological Change*, London: Frances Pinter Publishers.

THOMAS, Morgan D. (1987) "The Innovation Factor in the Process of Microeconomic Industrial Change: Conceptual Explorations," In Bert Van Der Knapp and Egbert Wever (eds) *New Technology and Regional Development*, London: Croom Helm.

THWAITES, A. T. e OAKEY, R. P. (1985) "Editorial Introduction," In:– A. T. Thwaites, and R. P. Oakey (eds) *The Regional Economic Impact of Technological Change*, London: Frances Pinter Publishers.

VAITSOS, Constantine V. (1976) "Power, Knowledge and Development Policy: Relations between Transnational Enterprises and Developing Countries," in G.K. Helleiner (ed.) *A World Divided*, Cambridge: Cambridge University Press.

WILSON, R. K. e WOODS, C. S. (1982) *Patterns of World Economic Development*, Melbourne: Longman Cheshire Pty Limited.

## Debate

### O papel das comunicações nas Sociedades de Crise<sup>63</sup>

*Gustavo Gindre Monteiro Soares\**

#### Resumo

A partir de uma história crítica do desenvolvimento das comunicações no século XX, procura-se destacar o papel desempenhado pelos instrumentos sociais de produção e transmissão de informações na atual fase de acumulação capitalista pós-industrial. A partir desta análise, o texto problematiza a potencialidade democrática das mídias interativas (internet, em especial) e o atual processo de “colonização” que estas vêm sofrendo por parte dos grandes oligopólios transnacionais.

#### 1 - No princípio

Em Foucault, vamos encontrar o "poder" não como algo espacializável, um "objeto" que uns possuiriam e outros não. A microfísica de Foucault prevê uma espécie de

---

<sup>63</sup> - A idéia de “sociedade de crise” aparece, pela primeira vez, em outro trabalho meu (GINDRE, Gustavo. Comunicação nas sociedades de crise. Rio de Janeiro, Ed. Papel Virtual, 2000) e expressa a convicção de que vivemos não apenas uma crise societária (o esgotamento das possibilidades intrínsecas à modernidade), mas, principalmente, uma crise civilizatória (o esgarçamento do paradigma ocidental).

\* (gindre@indec.org.br), 31 anos, formou-se em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e no mestrado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É Coordenador Executivo do Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura (INDECS) e professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Gama Filho.

hidrodinâmica da sociedade, onde o poder circula por canais que nos ligam de todos a todos. O poder seria, então, uma "relação".

Contudo, é possível pensar em certos pontos de concentração desta malha de poderes e contrapoderes<sup>64</sup>. Momentos e lugares onde o exercício do poder é focalizado e amplificado (as disciplinas e suas instituições, por exemplo) e que possuem, por isso mesmo, uma especial relevância social.

Nas sociedades de soberania, a posse da terra ocupava a centralidade das relações de poder. A modernidade instaurou uma "revolução interna" no paradigma ocidental, transferindo esta centralidade para o interior do polinômio ciência-capitalismo-industrialismo-democracia representativa. Na sua luta por tornar abstratas<sup>65</sup> as relações sociais, o capitalismo iniciou o processo de uniformizar a idéia de valor, tendo como única referência a transformação de matéria em mercadoria<sup>66</sup>. A partir daí, como nos alertou a obra de Marx, o capitalismo seguiria sua marcha para transformar todas as relações sociais em mercadoria.

---

<sup>64</sup> - Mantendo o paralelo com a física, para que haja circulação é preciso haver diferenças no interior da rede. Nós ou subsistemas (+) e outros (-) para que o poder possa circular.

<sup>65</sup> - A rigor, podemos dizer que esta empreitada se iniciou na própria gênese do ocidente, que, como não nos cansa de alertar Paul Feyerabend, cunhou as abstrações Humanidade, Razão, Verdade, Objetividade e Natureza. Se solicito ao leitor que traga à minha presença fulano de tal, esta tarefa não lhe soará impossível; mas se peço que encontre O Homem, como cumpri-la? Ou, se no lugar de uma samambaia chorona, afirmo querer tocar A Natureza, como proceder? Onde encontrá-los?

<sup>66</sup> - Assim, toda uma multiplicidade de valores foi sendo negada pela sociedade moderna, em detrimento do valor de ser disposto no mercado, portanto, de poder ser cambiável através do "mecanismo abstrato" que equipara todas as diferenças: o dinheiro. Foi no momento da "crise representacional" que o dinheiro pôde assumir livremente sua característica abstrata, pois não mais possuía a "responsabilidade" de representar (isso que já não era mesmo possível) a mercadoria. O dinheiro (re)presenta a si mesmo, tautologicamente. Na perspectiva histórica, podemos situar este momento na Crise do Petróleo, em 1973, quando o presidente norte-americano Richard Nixon tomou a decisão de desatrelar o dólar de sua paridade com o ouro, permitindo que a moeda se tornasse pura "expectativa materializada".

Cumprida esta etapa transitória, produziu-se o último passo para a abstração total das relações sociais ao substituir-se o trabalho simples por trabalho com informação, retirando até mesmo a mercadoria do centro da produção de valor-poder. O processo de produção de valor nas sociedades de crise não é mais o da transformação (espacial ou físico-química) da matéria e o valor é, cada vez mais, imaterial, virtual.

A partir de agora, não é mais a posse dos meios de produção e a capacidade de extrair mais-valia de trabalho simples que definem a centralidade das relações de poder no interior da sociedade capitalista<sup>67</sup>. Podemos afirmar que o exercício do poder nas sociedades de crise se articula em torno dos "instrumentos sociais de produção e transmissão de informações", tomados como expressão "real" da virtualidade informacional e como "artefatos tecnopolíticos".

São estes instrumentos que permitirão à comunicação tornar-se, mais do que um processo material (ainda que não se possa negar seu caráter infra-estrutural), a superestrutura<sup>68</sup> das sociedades de crise. E será nesta arena, a da comunicação, que se farão os "bons combates" do nosso futuro próximo, decidindo os rumos daquilo que queremos definir como democracia. Ali se decidirá a mais importante guerra de nossa história, porque planetária (a IV Guerra Mundial, nos dizeres do sub-comandante Marcos).

---

<sup>67</sup> - Ainda que um determinado regime de poder nunca se coloque exatamente no lugar do outro. Ocupa a hegemonia e vai progressivamente deslocando os regimes anteriores para um papel secundário, sem que, contudo, desapareçam (ao menos de imediato). Assim, o regime das sociedades disciplinares não fez desaparecer totalmente o sistema de soberania e nem, tampouco, o poder que emana dos meios de produção "tradicionais" eliminou o poder dos donos da terra (o que explica que, no Brasil, um dos pólos dinâmicos da sociedade seja os sem-terra, que se articulam em torno de uma reivindicação de chegada à modernidade: a reforma agrária). Por isso, este novo arranjo de poder nas sociedades de crise não eliminou totalmente a positividade do sistema industrial e do regime das disciplinas.

<sup>68</sup> - Na tradição marxista, superestrutura pode ser definida como "o complexo das ideologias religiosas, filosóficas, jurídicas e políticas de determinada classe social, dominante numa sociedade" (segundo o Dicionário Aurélio). Então, podemos pensar na comunicação como uma superestrutura da superestrutura, orientando este conjunto ideológico em sua funcionalidade. Uma espécie de virtualidade à segunda potência.

Porém, para completarmos esta afirmação é preciso que nos aproximemos do *modus operandi* da comunicação na atualidade. Entender, enfim, como e porque chegamos até aqui, pois, sempre é bom lembrar, não precisaria ter sido assim, não era necessário.

Ainda que as redes de telégrafo estivessem em amplo desenvolvimento na segunda metade do século XIX, a obra de Marx (tomada como uma referência crítica ao modelo que se instalava) ignora quase que completamente o transporte de informações. Estas ficam inseridas no interior da categoria genérica dos "transportes" e Marx vai dedicar muito mais espaço para debater os efeitos dos transportes espaciais de mercadorias<sup>69</sup>. Posteriormente, também a tradição marxista não dará a devida importância para os avanços no campo das comunicações<sup>70</sup>, passando ao largo, por exemplo, de uma reflexão crítica sobre as nascentes Teoria da Informação e Cibernética<sup>71</sup>.

O sistema de telégrafos foi implementado a partir do monopólio estatal nos países europeus; do monopólio privado (Western Union), com forte subvenção estatal, nos Estados Unidos; de empresas multinacionais nos países periféricos (a própria Western, no Brasil). Durante muito tempo, a teoria econômica trabalhou com a hipótese de que a

---

<sup>69</sup> - Podemos especular que Marx estava por demais detido no ambiente fabril (e mesmo no trabalho artesanal, que ainda ocupava boa parte da população inglesa, e européia, de seu tempo) para perceber a importância da transformação não-material da mercadoria.

<sup>70</sup> - Exceto a análise compreensivelmente "negativa" da Escola de Frankfurt, diante do surgimento do stalinismo, dos diversos fascismos europeus e de aspectos cada vez mais totalitários no interior do capitalismo.

<sup>71</sup> - Exceto o positivismo stalinista, interessado em "competir" com o desenvolvimento capitalista em sua própria arena, implicando no fim conhecido por todos. Para efeitos deste trabalho, adoto a tese defendida por Robert Kurz, na qual o regime do socialismo de estado teria servido como etapa de desenvolvimento das forças produtivas do capital em alguns países periféricos.

telégrafo e, depois, a telefonia fossem monopólios naturais e que a concorrência impediria o funcionamento "ótimo" desta atividade econômica<sup>72</sup>.

O início do século XX assiste um impressionante desenvolvimento tecnológico que desemboca no telefone. Seu impacto não é pequeno. Ao contrário do telégrafo, o telefone passa a ser usado em grande escala por pessoas físicas, estando acessível nas próprias residências<sup>73</sup>.

A AT&T, empresa surgida a partir do trabalho de Graham Bell, é a primeira a notar o impacto desta transformação, no rumo da comunicação de massa. Sua estratégia é arrasadora. Trata de montar o monopólio das ligações (locais, de longa distância e internacionais), comprando diversas outras operadoras, e, em seguida, alcança todas as etapas do processo de telecomunicações, adquirindo uma indústria de equipamentos (a Western Electric) e montando os Laboratórios Bell<sup>74</sup>.

Mas, a AT&T vai além. Inicia, pela primeira vez na história, o discurso público que afirma ser o acesso às telecomunicações um direito de todo cidadão. Ao mesmo tempo em que expande sua influência política e seu poderio econômico, lança as bases para a "universalização" da telefonia através do subsídio cruzado<sup>75</sup>.

---

<sup>72</sup> - Atualmente, o debate foi recolocado nos termos de redes físicas (onde a superposição de operações parece continuar tendo um impacto negativo na atividade econômica) e transmissão "wireless" (onde a concorrência teria impacto positivo). Tudo isso, contudo, sob a égide, que analisarei em seguida, da concentração monopolística da atividade econômica como um todo.

<sup>73</sup> - Este aspecto não é de menor importância, na medida em que, a partir da crise de 1929, o capitalismo perceberá que sua ênfase "natural" deve ser concentrada no consumo, o qual é uma atitude essencialmente individual. O capitalismo precisa, portanto, fincar raízes na vida privada das pessoas e não conseguiria isso sem a existência dos meios de comunicação.

<sup>74</sup> - Atualmente, os Laboratórios Bell são umas das jóias mundiais da produção de capital-informação, com US\$ 3,4 bilhões de investimentos anuais (mais do que o aporte do Estado brasileiro em ciência e tecnologia) e um retorno de quase 30 mil patentes registradas e sete prêmios Nobel.

<sup>75</sup> - A partir do duplo reconhecimento da necessidade de acesso público às telecomunicações e da existência de serviços tipicamente deficitários (como a telefonia rural ou em áreas empobrecidas), monta-se um esquema tarifário onde os produtos superavitários pagam um *plus* que sustenta o

A estratégia contemplava, como parece ter sido a tônica do capitalismo norte-americano, tanto uma necessidade industrial-comercial (da AT&T) quanto uma necessidade de Estado, dando aos Estados Unidos a dianteira na produção e consumo das nascentes tecnologias de comunicação.

No início do século XX também explodia a utilização do rádio, que inicialmente era visto somente como um telégrafo sem fio (consequentemente, apenas de uso comercial). Rapidamente o rádio se popularizou, fazendo com que muitas pessoas passassem a montar seus próprios transmissores e receptores<sup>76</sup>. Importante notar que não havia, neste momento, o paradigma passivo que relegava ao proprietário de um aparelho o papel de simples espectador. Ao contrário, surgiam por toda Europa e Estados Unidos clubes de radioamadores, formando comunidades de usuários, todos comunicando-se entre si.

Foi este cenário que fez com que o teatrólogo alemão Bertold Brecht escrevesse uma série de artigos (publicados postumamente em um livro intitulado "Teoria do rádio") propondo a criação de uma Ágora moderna, onde o rádio substituiria (por razões de escala) a praça grega. Uma democracia direta, de milhões de pessoas, mediada por aparelhos simultaneamente receptores e transmissores de ondas de rádio.

O uso anárquico do rádio também possibilitou seu emprego em atividades políticas, especialmente a partir de sindicatos de trabalhadores, particularmente nos países que percebiam a sombra crescente do autoritarismo. Por exemplo, na Áustria foram montadas emissoras auto-geridas por mineiros, que produziam sua própria dramaturgia e jornalismo, reunindo os trabalhadores em um esforço coletivo de simultânea produção e audiência<sup>77</sup>.

---

restante do sistema. Este foi o modelo empregado durante a existência da finada Telebrás, fazendo com que as ligações DDD e DDI subsidiassem os impulsos locais e a assinatura mensal.

<sup>76</sup> - Daí a famosa expressão brasileira "rádio à galena", usada para se referir a um equipamento artesanal, retirada do cristal de galena (sulfureto natural de chumbo), com capacidade de atrair elétrons que servem de meio para a circulação das ondas radiofônicas, e que era muito utilizado nos aparelhos feitos pelos próprios ouvintes.

<sup>77</sup> - Neste sentido, não deve ficar sem menção o atual esforço de criação de rádios comunitárias, que são emissoras sem fins lucrativos, com programação plural e gestão coletiva. O Brasil, a despeito da

Tal apropriação feria duplamente a lógica capitalística. Do ponto-de-vista político permitia o surgimento de formas de organização social que fugiam à normatividade das modernas democracias representativas, operando a partir de sistemas embrionários de democracia participativa. Na perspectiva econômica, "desperdiçava" um importante instrumento de construção da sociedade de consumo, fundamental para espantar o fantasma da hiperprodução<sup>78</sup>.

A reação não tardou. No plano mundial, foi criada a Associação Internacional de Radiotelegrafia (AIRT), atual União Internacional de Telecomunicações (UIT), onde apenas os governos nacionais poderiam se fazer representar. A AIRT reproduziu a lógica típica da modernidade (e dos estados-nação), ao afirmar que um bem de uso público deve ser colocado sob a "custódia" do Estado, visto como único representante possível e legítimo do conjunto da sociedade. Dessa forma, a distribuição das concessões de cada país ficava à cargo dos próprios governos e a transmissão sem permissão passou a ser enquadrada como crime. Até mesmo a utilização de equipamentos de recepção que não fossem regulamentados era passível de punição.

Estava aberto o caminho para a transformação do rádio de um instrumento dialógico (ou mesmo "multilógico") em um veículo de audiência passiva<sup>79</sup>. Desde então, foram feitos

---

legislação repressora, possui um forte movimento de radiodifusão comunitária, retomando o sonho do anarco-sindicalismo.

<sup>78</sup> - Tratava-se de um duplo movimento. Consolidar as sociedades de consumo nos países onde o capitalismo já se estabelecera (os chamados países centrais) e exportar as sociedades de consumo para a periferia. Era um processo mais do que meramente econômico: como sistema da abstração total e de produção *tautística* (tautológica, autista e totalitária: nos dizeres de Lucien Sfez), o capitalismo somente completa sua racionalidade quanto elimina do quadro de possibilidades existenciais qualquer outra alternativa. A globalização, portanto, é uma estratégia do movimento de auto-completude capitalística. Sem o que não se estabelece a vitalidade da força paradigmática do capitalismo.

<sup>79</sup> - Desde então, até mesmo boa parte das políticas públicas ditas progressistas falam apenas em democratizar o consumo da cultura (uma vez que aos excluídos não cabe nem mesmo este consumo). Raramente se concretizam políticas de democratização da produção cultural. E quase nunca se menciona a possibilidade de políticas que democratizem a produção cultural para fora do contexto estrito do mercado. A este respeito vale acompanhar o debate travado em "FARIA,

uma série de outros esforços para impedir que as ondas eletromagnéticas fossem exploradas por estes usos anárquicos. Foi o caso, por exemplo, da prioridade dada à TV em VHF (que suporta menos operações) em detrimento do UHF.

*"O sistema de televisão oligopolizado, conforme conhecemos hoje, não resultou pois de 'imperativos técnicos', mas de decisões políticas e empresariais, determinadas pelo interesse do capital e facilitadas pela ausência de maior intervenção política democratizadora por parte de outros atores sociais."*<sup>80</sup>

Na Europa, motivada por razões distintas (primeiro pela racionalidade estatista do fascismo, depois pela racionalidade estatista social-democrata), tanto o poder concedente quanto a própria operação ficaram sob responsabilidade do Estado (RAI, RTP, BBC e tantas outras). Apenas na década de 1970 o Estado vai sendo progressivamente colocado como um ente desnecessário à acumulação capitalista, passando a ser apresentado como um entrave à expressão da sociedade (e não mais como a sua encarnação). Mas, no lugar de emissoras públicas, o que o continente europeu vai assistir é a chegada da lógica tipicamente norte-americana: a empresa privada como encarnação da pluralidade social. Surgem as primeiras operações comerciais, hoje amplamente majoritárias e em vias de oligopolização.

Nos Estados Unidos, a operação das rádios foi considerada, desde o início, como um privilégio privado, a partir de concessões expedidas pelo poder público<sup>81</sup>. Ora, como tratava-se, antes de tudo, de criar um hábito de audiência ainda inexistente, a Westinghouse (inicialmente um monopólio do rádio) criou tanto a empresa que produzia os receptores

---

HAMILTON & SOUZA, Valmir de (orgs.). Projeto cultural para um governo sustentável. São Paulo, Pólis, 1994".

<sup>80</sup> - BAGDIKIAN, Bem H. Máquinas de informar. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1973. Citado por DANTAS, Marcos. A lógica do capital-informação. Rio de Janeiro, Editora Contraponto, 1996.

<sup>81</sup> - Foi a Lei do Rádio, de 1927. A qual terminou servindo de "inspiração" para toda a América Latina. Particularmente o Brasil, a partir do primeiro governo Getúlio, onde 92% das emissoras são privadas e 8% estatais (dados anteriores ao governo FHC e a estratégia de criação das Organizações Sociais - OS).

(RCA) quanto a única emissora de cobertura nacional existente (National Broadcasting Co. - NBC). E ainda se associou ao monopólio da AT&T para o transporte nacional do sinal via cabos telefônicos (não havia satélites artificiais). Por fim, na exacerbação da racionalidade da mercadoria, o espaço radiofônico passou a ser alocado para que outras empresas produzissem seus próprios programas<sup>82</sup>.

O surgimento da TV como meio de comunicação de massa, após a II Guerra Mundial, trouxe poucas inovações do ponto-de-vista estrutural (ainda que tivesse impactos culturais gigantescos). As antigas empresas de rádio tomaram a iniciativa das operações de TV. Em geral, os técnicos, artistas e mesmo os fabricantes dos receptores eram os mesmos. E também o marco jurídico para a regulação e concessão se manteve inalterado.

Na perspectiva das regulamentações, continuávamos falando de dois sistemas distintos. O primeiro, das telecomunicações, tratava de ligar (via redes físicas) dois pontos entre si e era essencialmente monopolístico (quer seja estatal, como na Europa - British Telecom, France Telecom, Deutsche Telecom -, quer seja privado, como nos Estados Unidos). O segundo, da radiodifusão, atuava de forma "top-down", onde um único emissor definia as mensagens que seriam enviadas (através de ondas eletromagnéticas) para inúmeros receptores (sem poder de influenciar a mensagem recebida) e apresentava características de concorrência comercial. Por detrás de ambos os sistemas, um complexo industrial em larga medida custeado a partir de investimentos estatais, particularmente militares (Siemens, na Alemanha; Thomson, na França; Ericsson, na Suécia - apenas para ficarmos naquelas que se mantêm até hoje).

## **2 - A virada**

Já a partir dos anos sessenta este modelo parecia dar sinais de fadiga. No caminho de sua transnacionalização, o capitalismo dependia, cada vez mais, dos processos de comunicação. O surgimento dos satélites artificiais e a possibilidade de construir redes físicas mais robustas do que as então existentes fez com que diversas empresas começassem a requisitar

---

<sup>82</sup> - Nos Estados Unidos, Lucky Strike Hit Parade, Texaco Star Theatre, The Voice of Firestone. No Brasil, Repórter Esso, Teatro Troll, Momento Gessy.

a construção de estruturas privativas de intercâmbio de informações. Conforme Marcos Dantas<sup>83</sup>, em 1975 a IBM, a Aetna Life & Casualty (maior seguradora norte-americana) e a Comsat<sup>84</sup> formaram um consórcio para o lançamento do Sattelite Business System, primeiro satélite artificial a ser usado exclusivamente para fins privados. Logo após, RCA, General Eletric, Rockwell e Ford também passaram a explorar seus próprios satélites artificiais.<sup>85</sup>

A produção e transmissão de informações deixava de ser um atributo apenas de empresas dedicadas exclusivamente à comunicação para se tornar uma necessidade endógena do próprio sistema capitalista.<sup>86</sup>

---

<sup>83</sup> - DANTAS, Marcos. A lógica do capital-informação. Rio de Janeiro, Editora Contraponto, 1996.

<sup>84</sup> - Em 1962, os Estados Unidos aprovaram a Lei de Comunicação por Satélite, não estendendo o monopólio da AT&T para o espaço orbital e criando um consórcio semi-estatal (Comsat) com o objetivo de organizar, para a exploração comercial, o uso de satélites artificiais.

<sup>85</sup> - Também no final da década de 60, a partir de uma experiência nascida no interior das Forças Armadas norte-americanas, algumas universidades daquele país passaram a se interligar através de uma rede de transmissão de dados. Na década de 80, esta mesma rede se separava totalmente de sua co-irmã militar (Arpanet) e passava também a integrar entidades da sociedade civil e pessoas físicas. Nascia a Internet, que em 1994 ganhou sua versão gráfica (a WWW), explodindo em inúmeras utilizações, notadamente de caráter comercial.

<sup>86</sup> - Provavelmente, o caso mais exemplar desta "irradiação" dos instrumentos de comunicação para o cerne produtivo do capitalismo seja a Benetton. A empresa italiana emprega em sua sede em Milão basicamente trabalhadores com informação: administradores, publicitários, pessoal de marketing, processadores de dados, desenhistas industriais e estilistas, por exemplo. Na Califórnia, a Benetton possui uma fábrica, quase toda informatizada, onde são preparados seus tecidos especiais. Ali ocorrem apenas operações físico-químicas que praticamente dispensam a ação humana, exceto no gerenciamento do processo. A partir deste momento, quase nada mais pertence diretamente à Benetton e é justamente aí que o "velho" trabalho com matéria aparece. As oficinas que transformam tecidos em vestuário são tercerizadas e ficam localizadas, principalmente, em países do sudeste asiático. As lojas espalhadas por todo o planeta, com algumas poucas exceções, são franquias. O transporte mundial das matérias-primas e das mercadorias também é tercerizado. Em síntese, podemos dizer que a Benetton produz, essencialmente, informação. In: DANTAS, Marcos. A lógica do capital-informação. Rio de Janeiro, Editora Contraponto, 1996.

[Segundo matéria publicada no Boletim Prometheus, de nº 25 (<http://www.indecs.org.br> - 23/06/1999), a partir de reportagem da revista Fortune, os principais executivos das 500 maiores empresas norte-americanas consomem 80% de seu tempo produtivo com atividades de comunicação (leitura de correspondência, e-mails, clipping, telefonemas, reuniões, entrevistas com a imprensa, redação de documentos). A mesma reportagem publica texto do jornalista Paulo Nassar, do Correio Braziliense, sobre os dados acima:

*"O mais interessante desse estudo é a percepção de que a comunicação empresarial deixou de ser responsabilidade de uma área de especialistas - jornalistas, relações públicas e publicitários - para se tornar uma atribuição estratégica permanente e administrada por quem tem o leme de uma organização.*

(...)

*As empresas modernas são veículos de comunicação (mídias) em si mesmas. Seus prédios, o comportamento e o estilo de seus executivos e colaboradores, suas políticas, tudo se transformou em poderosos emissores de sinais positivos ou negativos. A sociedade 'lê' e avalia as empresas e seus administradores por quesitos como suas presenças físicas, seus modelos de gestão, estruturas organizacionais, seus recursos humanos, políticas e relações com inúmeros públicos".]*<sup>87</sup>

Continuando nossa história, em 1982, o juiz Harold Green, em seu célebre Julgamento Final Modificado (JFM), dava mais um passo rumo à construção dos dispositivos tecnopolíticos das sociedades de crise, ao encerrar uma pendência judicial iniciada em 1969 e que envolvia a AT&T e a requerente MCI.

---

<sup>87</sup> - Segundo o mesmo número do Boletim Prometheus, citando dados de pesquisa realizada pela Universidade do Texas e financiada pelo fabricante de equipamentos para redes informacionais Cisco, a Internet possibilitou receita global, em 1998, de US\$ 301 bilhões (US\$ 102 bilhões apenas em comércio eletrônico), contra US\$ 223 bilhões do setor enérgico no mesmo período. Já o setor de softwares deve ultrapassar, no ano 2000, a lucratividade do ramo automobilístico (tradicional mola-mestra do período fordista), se tornando, também, o maior empregador da economia norte-americana.

Pela decisão judicial, a AT&T teria menos de dois anos para deixar de ser operadora local (os Estados Unidos foram divididos em sete regiões, cada uma a ser explorada por uma empresa monopolística: as Baby Bells), para passar a enfrentar a concorrência nas ligações de longa distância (rapidamente surgiram mais de 600 outras carries) e para permitir a existência de redes físicas privadas<sup>88</sup>. O JFM entrou em vigor no dia 1º de janeiro de 1984.

Para continuarmos adiante, contudo, é preciso que entendamos a atual fase do capitalismo. Em sua atividade globalizante e de deslocamento da produção de valor para o capital-informação<sup>89</sup>, a concorrência se tornou (salvo determinados nichos específicos) uma impossibilidade funcional do capitalismo<sup>90</sup>.

Somente sobreviverão empresas que consigam operar planetariamente, reduzindo gastos, ampliando escala e acrescentando cada vez mais informações aos seus produtos (o que requer investimentos brutais em pesquisa). O cenário que surge pode ser resumido em algumas poucas idéias.

---

<sup>88</sup> - Em um complexo entrelaçamento entre causas e conseqüências, a criação das redes corporativas favoreceu a consolidação da lógica do capital-informação ao mesmo tempo que foi favorecida por este. As antigas centrais telefônicas eletromecânicas possuíam a inteligência do sistema dispersa em sua própria arquitetura (hardware). Com a tecnologia digital, a inteligência passou a residir nos softwares (ou seja, já não era mais física, mas informacional), fazendo com que empresas que não fossem indústrias de hardware tivessem condições de operar e programar sua própria comutação telefônica. Assim, empresas como General Motors, Nike e Shell, por exemplo, possuem sofisticados departamentos de telecomunicações.

<sup>89</sup> - Grosso modo, podemos dizer que capital-informação é parte fundamental da nova fase de acumulação capitalista, onde não é mais o "trabalho simples" que gera valor, mas a produção de bens simbólicos e imateriais. (In: Trabalho com informação: investigação inicial para um estudo na Teoria do Valor. Dissertação de Mestrado. Ciência da Informação, ECO-UFRJ, Rio de Janeiro, 1994)

<sup>90</sup> - "The strategy is not to compete with international companies but join them". Declaração do CEO do grupo espanhol de mídia Sogecable à revista Variety e citada na reportagem "The New Global Media: it's small world of big conglomerates", do professor universitário e jornalista Robert W. McChesney, publicada na revista The Nation do mês de novembro de 1999.

**Internacionalização.** O mundo atual se divide entre incluídos e excluídos. Os consumidores formam uma "classe" planetária cujos laços de pertencimento não estão mais atrelados a limites geográficos. Por isso, devem ser buscados onde quer que estejam. Usuários do American Express Card podem estar na Cidade do Cabo, Nova York ou Shanghai e possuem muito mais identidade entre si do que com seus conterrâneos dos bairros pobres destas cidades.<sup>91</sup>

**Desregulamentação.** Enquanto o limite para a circulação da força de trabalho continua o mesmo de três décadas atrás, o capital se esforça para não ser regulamentado, sob pena de contrariar a racionalidade interna que preside os *controlatos* (que se sobrepõe à das disciplinas). Recentemente pudemos acompanhar a tentativa fracassada de implementar o Acordo Multilateral de Investimentos (AMI), no âmbito da Organização Mundial de Comércio (OMC). Caso fosse concretizado, os países signatários (Brasil, entre eles) renunciariam a possibilidade de impor limites à comercialização de alimentos transgênicos, a constituir estoques de alimentos destinados a combater a fome (buffer stocks), a tratar de forma preferencial as empresas nacionais e a restringir as fusões entre empresas para preservar a concorrência. Além disso, estariam obrigados a liberar por completo as movimentações de capital e até a adotar uma política de 'trade facilitation', que equivale a relaxar ao máximo os controles alfandegários nos portos e aeroportos.

**Desindustrialização.** Trata-se de deslocar o *locus* da produção da indústria para a empresa, do "chão da fábrica" para o laboratório, do operário para o trabalhador em serviços.<sup>92</sup>

---

<sup>91</sup> - O processo de internacionalização, ainda que levado a cabo pelos mesmos agentes transnacionais, pode apresentar-se de formas distintas. Assim, encontramos o padrão típico do McDonald's, com a imposição de um mesmo comportamento de consumo em todos os países onde opera. Ou o padrão da chamada "indústria cultural", que transforma a cultura local em uma "commoditie". Por exemplo, o caso da indústria fonográfica, onde quatro empresas (Universal, Warner-EMI, Sony e BMG) produzem 86% de todos os CDs vendidos no mundo, mas que tratam de descobrir, em cada mercado nacional/regional, suas próprias particularidades estéticas, reinterpretando-as sob a ótica funcional desta indústria.

<sup>92</sup> - O que, por outro lado, não tem diminuído os níveis de produtividade. Ao contrário, no último trimestre de 1999, a produtividade do trabalhador na indústria norte-americana cresceu 10,3%,

**Privatização.** Quanto a esta última afirmação, precisamos ter um pouco de prudência. Como já disse antes, não se trata de simplesmente substituir uma racionalidade pela outra, mas de hegemonia. Assim, os mecanismos típicos das sociedades disciplinares não irão desaparecer totalmente. Arrisco afirmar, inclusive, que em alguns casos irão recrudescer<sup>93</sup>. Ou seja, para aqueles que não foram "capazes" de adentrar totalmente nas sociedades de crise, para os excluídos que viverão constantemente viajando entre dois mundos bastante distintos, ainda se faz "necessário" um certo regime disciplinar e, com isso, um aparelho de estado capaz de cuidar das instâncias jurídico-repressoras<sup>94</sup>. Por isso, não se trata do fim do Estado, mas de seu deslocamento para outras funções e de seu esvaziamento como agente indutor do desenvolvimento<sup>95</sup>. Este aspecto termina por destruir uma malha de pequenas e médias empresas que não são capazes de operar na lógica do capital-informação (portanto, do investimento intensivo em pesquisa) sem incentivos estatais.

---

enquanto na economia dos Estados Unidos, como um todo, aumentou 6,4% (mesmo assim, o maior aumento desde 1992). A contradição fica mais explícita quando os dados do Departamento de Trabalho norte-americano revelam que o "custo do trabalho" caiu 2,5% neste mesmo período. Em resumo, a hora de trabalho ficou mais barata e passou a produzir mais, aumentando os lucros do capital.

<sup>93</sup> - Quase 2% da população norte-americana vive em regime de prisão e o estado do Texas condena anualmente mais pessoas à pena de morte do que o Irã.

<sup>94</sup> - Quanto a determinadas políticas "compensatórias" que visam constranger os limites da explosão de miséria, estas são deixadas, cada vez mais, à cargo de empresas privadas sem finalidade lucrativa (mas dotadas da racionalidade capitalista), que vão progressivamente substituindo o Estado em temas como educação e saúde públicas e ação social: as organizações não-governamentais (ONGs); organismos bem distintos da sociedade civil gramsciana, onde as idéias de um "projeto político em disputa" e da necessidade de obter hegemonia estão permanentemente colocadas.

<sup>95</sup> - No plano internacional, contudo, a ação estatal se reveste, cada vez mais, de um caráter estratégico, tanto na defesa de mercados internos quanto na conquista de outros mercados, formando, com as grandes transnacionais, o que René Dreifuss irá chamar de "articulação de pólos-motores". (DREIFUSS, René Armand. A época das perplexidades - mundialização, globalização e planetarização: os novos desafios. Petrópolis, Editora Vozes, 1996)

A resultante da articulação destes diversos fenômenos é uma brutal concentração do capital, na forma das atuais transnacionais, que agora nos surgem como mais do que uma típica formação empresarial: agentes de um novo paradigma civilizatório.

No lugar das antigas corporações multinacionais, assistimos o nascimento de gigantescos conglomerados transnacionais, com derivações tanto verticalizadas quanto horizontalizadas. O enfoque dado por nossa análise pode variar entre a escolha por um ramo da economia ou um determinado grupo empresarial. Não importa, o resultado é sempre o mesmo: concentração e progressiva dependência do capital especulativo que financia as operações de aquisição ou fusão<sup>96</sup>.

O setor automobilístico, por exemplo, nos faz deparar com muitas marcas e poucas empresas: GM (Opel, Vauxhall, Chevrolet, Saab, Pontiac, Buick, Cadillac, Oldsmobile, 20% da Fiat, 10% da Suzuki, 49% da Isuzu e 20% da Subaru), Ford (Volvo Automóveis, Mazda, Jaguar, Land Rover, Lincoln, Aston Martin), Daimler-Benz (Mercedez, Chrysler, Dodge, Jeep, Plymouth, 40% da McLaren, 33,4% da Mitsubishi Motors), Volkswagen (Seat, Rolls-Royce, 34% da Scania, Audi, Skoda), Fiat (Ferrari, Lancia, Alfa Romeo, Maserati, Iveco Caminhões, 5% da GM), Renault (37% da Nissan, Samsung Motors, Bennetton F1, 20% da Volvo Caminhões), Peugeot (Citroen), BMW, Honda e Toyota. O que assistimos é um movimento de concentração que não parece ter se estabilizado e que levou alguns países dito desenvolvidos (Suécia, Inglaterra e Espanha, por exemplo) a perderem sua indústria automobilística nacional.

Ou o setor petroquímico, já tradicionalmente concentrado, e que vive uma recente explosão de fusões: (Exxon + Mobil) ou (British Petroleum + Amoco + Arco + Atlantic + Castrol) ou (Elf + Aquitaine + Total + Fina) ou (Repsol + YPF).

Podemos, então, inverter este detalhamento e caminharmos para o interior de um mesmo conglomerado.

O financista francês Bernard Arnault, através de seu grupo LVMH, controla marcas como Christian Dior, Louis Vuitton, Givenchy, Lacroix, Kenzo, Celine, Loewe, Guerlain, joalherias Freddy, cosméticos Sephora, champanhes Moet Chandon e Veuve Clicquot,

---

<sup>96</sup> - Somente a presença do capital especulativo-financeiro explica, por exemplo, a "compra hostil", em 1999, da Italia Telecom pela Olivetti (uma empresa cinco vezes menor do que aquela).

conhaque Hennessy, 180 lojas de duty free na Ásia, o jornal econômico Tribune Desfossés, 11% da Burger King<sup>97</sup>.

Já o keiratsu<sup>98</sup> Fuyo agrega marcas como Hitachi, Fuji, Nissan e Cânon.<sup>99</sup>

À interconectividade dos mercados podemos somar a interconectividade tecnológica. Um casamento que foi preparado ao longo dos últimos quarenta anos mas que somente mostrou toda a sua potencialidade na década de 1990. Um casamento de três partes.

Em primeiro lugar, a miniaturização dos componentes eletrônicos, em especial dos chips<sup>100</sup>, permitindo que o processamento de dados seja uma atribuição cada vez mais cotidiana<sup>101</sup>.

Em segundo lugar, a revolução propiciada pelas fibras ópticas e satélites digitais. Na atualidade, os sistemas de processamento de dados para mercados SoHo (small office -

---

<sup>97</sup> - MORAES, Dênis. O Planeta Mídia (Tendências da comunicação na era digital). Campo Grande, Letra Livre, 1998.

<sup>98</sup> - "...uma intrincada rede de interlocking de diretorias, participações acionárias cruzadas, vinculações empresariais de longa data, e joint ventures, com numerosas e variadas empresas, integradas e interdependentes, em termos verticais e horizontais, altamente competitivas entre si, e apoiadas em um *milieu* educacional e de laços pessoais íntimos, onde nenhuma única companhia predomina." (DREIFUSS, René Armand. A época das perplexidades - mundialização, globalização e planetarização: os novos desafios. Petrópolis, Editora Vozes, 1996)

<sup>99</sup> - DREIFUSS, René Armand. A época das perplexidades - mundialização, globalização e planetarização: os novos desafios. Petrópolis, Editora Vozes, 1996.

<sup>100</sup> - Pequeno pedaço de silício (material semi-condutor de origem inorgânica) onde são "gravados" um grande número de transistores, resistores e capacitores, que juntos executam determinadas funções. Segundo a Lei de Moore (Gordon Moore, co-fundador e presidente emérito da Intel), a cada 18 meses dobra o número de transistores que podem ser colocados em um mesmo chip. Em alguns anos estaremos alcançando o limite físico de memória a partir de matéria inorgânica. Atualmente, estão sendo projetados chips de origem orgânica, por exemplo com a utilização de sinapses neuronais (já foram alcançados relativos sucessos com uso de neurônios de sanguessuga).

<sup>101</sup> - O Media Lab, do Massachusetts Institute of Technology (MIT), pesquisa atualmente a possibilidade de, em um futuro próximo, virmos a utilizar computadores vestíveis (dispostos em nossas próprias roupas).

home office) ainda estão interligados por cabos coaxiais ou antigos cabos de cobre das linhas telefônicas. Em pouco tempo, contudo, este cenário deve mudar. Assim, não apenas os grandes sistemas produtivos, mas todo o conjunto residencial, comercial e produtivo (exceção à massa de excluídos) estará interligado por uma rede digital two-way (para download e upload) com capacidade de transmissão incrivelmente maior do que a atual<sup>102</sup>.

Por último, a digitalização da informação. Agora, o real não possui mais uma relação direta com o seu correspondente informacional (fotografia analógica e o real fotografado, por exemplo) e tampouco a informação tem uma dependência com o suporte que lhe veicula (imagem fotografada e os componentes químicos que lhe permitiram ser visualizada). Os bits da informação digital podem transportar indistintamente um programa radiofônico, uma imagem, um audiovisual, um software ou um texto, por exemplo, que poderão ser exibidos nos mais diferentes equipamentos. Estes dados podem ser manipulados sem que se mantenha uma relação de fidedignidade com o real retratado.

A conseqüência do entroncamento destas três dinâmicas permite que sejam superadas as barreiras tecnológicas entre telefone, rádio, TV e computador. Aquilo que chamamos de Internet parece ser apenas o começo de uma rede em banda larga (com alta capacidade de transmissão), levando as mais diferentes informações até os mais improváveis equipamentos (um carro, uma fivela de cinto ou um forno de microondas)<sup>103</sup>.

---

<sup>102</sup> - Na Faculdade de Engenharia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) tive a oportunidade de ver em funcionamento experimental uma linha dedicada de fibra óptica para um sistema de videofone em tempo real com capacidade de 10 mbps (mega bits por segundo) contra os atuais 56 kbps (kilo bits por segundo) das linhas telefônicas convencionais. Uma relação de 1 para 178,5. Ou seja, uma transmissão de um vídeo de longa duração, que poderia demorar insuportáveis 12 horas, é feita em 4min02seg. Ao mesmo tempo, os Bell Labs (da AT&T) anunciaram, no início de 2000, novos lasers para a codificação de informações em fibras ópticas e o aumento do número de comprimentos de onda que uma única fibra é capaz de transportar. O resultado foi a transmissão de 3,28 terabits por 300 Km. de fibras ópticas True Wave (fabricadas pela Lucent, também da AT&T). Este volume é equivalente a 72 horas de Internet em todo o planeta. (Boletim EDUPAGE, 24/03/2000)

<sup>103</sup> - Na sua luta contra a Microsoft, a Sun Microsystem vem insistindo em popularizar a linguagem Java, que tenderia a dispensar o uso de sistemas operacionais (como o Windows). Recentemente, a

Estamos diante de uma revolução nos meios de comunicação sem paralelos desde a invenção da escrita. Entre o papiro e a televisão muita coisa mudou, mas estruturalmente a comunicação continuou sendo feita entre um sub-sistema emissor e outro receptor. Agora, com a socialização da capacidade de manipular a informação e transmiti-la em tempo real, presenciamos o nascimento da mídia potencialmente mais democrática da história da humanidade. No lugar dos atuais e-mails, em muito pouco tempo poderemos estar transmitindo um vídeo no mesmo intervalo de segundos.

O que significa que a informação romperá definitivamente seus laços com os suportes veiculantes, eliminando o papel da distribuição (um dos grandes pilares sobre o qual se assenta a atual estrutura monopolística da comunicação).

Meios de comunicação como a TV e o rádio parecem fadados a desaparecer (mas não a transmissão de áudio ou áudio e vídeo). Cada um poderá construir sua própria programação a partir de sua escolha pessoal ou da ação de agentes informáticos pré-programados e dotados de inteligência artificial. Tudo isso tendo como base de referência uma infinidade de fontes de informações que poderão estar na casa ao lado da sua ou em uma empresa em Sidney.

Também os suportes devem sofrer uma drástica transformação. Atualmente, nossa experiência está segmentada em diversos aparelhos eletrônicos, cada um voltado para uma finalidade específica: microcomputador, televisão, telefone e rádio, por exemplo. Os usos continuarão a ser distintos por algum tempo (ainda que os equipamentos sejam progressivamente multifuncionais), mas irão aos poucos se fundir em uma única estrutura super-informacional. Já os suportes de memória irão rapidamente ultrapassar a barreira da fragmentação (disquetes, CD-ROMs, videocassetes, videodisks, cassetes, MDs, DATs, CDs) rumo à unificação em DVD-RWs (discos ópticos regraváveis, com enorme capacidade de armazenamento) e seus prováveis sucessores.

Lembremo-nos de Brecht e das potencialidades antevistas no uso do rádio e de como estas potencialidades foram sendo rapidamente sonegadas por um arcabouço tecno-jurídico-político. Agora, contudo, estamos diante de potencialidades muito mais radicais, a ponto de

---

Sun lançou o JINI, escrito em Java, que não necessita de sistemas operacionais, processadores, portas USBs e paralelas, atuando através de RMI (Remote Method Invocation). Com ele, a Internet

fazerem com que certos autores (Pierre Levy, entre outros) vejam uma positividade democrática.

Será mesmo?

Em 1996, após quatro anos de tramitação e amplas negociações, o governo Clinton conseguiu a aprovação pelo Congresso norte-americano do Telecommunication Act. Praticamente desapareceram as barreiras para que uma empresa atuasse em outros segmentos da produção e transmissão de informações. Telefônicas de longa distância podem obter empresas de TV a cabo, que podem comprar rádios, que, por sua vez, podem operar na telefonia de longa distância. Desde então, até mesmo as frágeis barreiras impostas por esta legislação vêm sendo afrouxadas por decisões posteriores de tribunais e do Departamento de Comércio.

Ora, a legislação norte-americana é muito mais do que a possibilidade de oligopolização do seu mercado interno, favorecendo as grandes empresas locais<sup>104</sup>. É uma decisão de Estado. George Gilder foi assessor da Casa Branca, no governo Clinton, para assuntos de telecomunicações. Ainda durante o debate sobre o futuro Telecommunication Act ele fez publicar um livro que servia, basicamente, como peça de publicidade a favor da futura legislação. "Vida após a televisão" parte da constatação de que vivemos em um cenário de concentração empresarial extremamente veloz e de não menos veloz concentração midiática em torno das tecnologias digitais e das bandas largas. Gilder alerta para o fato de que os Estados Unidos perderiam a dianteira mundial nos setores de ponta da atual economia capitalista se mantivessem o modelo de limite à propriedade.

---

pode transpor os limites dos computadores e conectar qualquer equipamento eletrônico.

<sup>104</sup> - Embora isso também tenha ocorrido, prejudicando tanto o pressuposto liberal da concorrência (das quase 600 operadoras de longa distância, duas, AT&T e WorldCom, compradora da MCI e da Sprint, dominarão, a partir do ano 2000, mais de 80% das chamadas) quanto os direitos do consumidor (mesmo mantendo os canais públicos de TV e permitindo o surgimento de provimento gratuito de Internet para escolas e hospitais públicos, a legislação transformou certos direitos de mandatários em rogatórios). Além do mais, as transformações passaram ao largo de um debate com o conjunto da sociedade, envolvendo, apenas, empresários e o governo.

Gilder acreditava que o modelo instaurado pelo JFM já havia cumprido seu papel. Permitira que a comunicação não se mantivesse como uma operação exclusiva de algumas empresas. Como vimos antes, a produção e transmissão de informações se tornara um componente indispensável para a operação de qualquer empresa que buscasse se manter funcionando.

O que antes foi visto como uma vantagem competitiva, a profunda capilarização das operações de comunicação, poderia, agora, se transformar em desvantagem. Caso os Estados Unidos não fossem capazes de montar seus próprios gigantes, seriam, em pouco tempo, invadidos por conglomerados de outras nações. Tratava-se, então, de uma corrida, cujo vencedor seria aquele que conseguisse estruturar mais rapidamente, em uma mesma cadeia produtiva, todas as empresas de produção e transmissão de informações.

Com a vitória da posição de Gilder<sup>105</sup>, o que assistimos foi a mais brutal onda de fusões e aquisições, envolvendo, entre si, empresas de telefonia local, de longa distância e celular, de mídia (rádios, TVs e meios impressos), de equipamentos eletrônicos e de telecomunicações (hardware) e de softwares.

Desde então, podemos acompanhar duas movimentações distintas no restante do planeta. Mesmo enfrentando oposição interna, os países da Europa ocidental, mais Canadá, Japão e Coreia, foram progressivamente permitindo o mesmo processo de fusões em seu território, afim de defender seus mercados e disputar mercados alheios (em especial na América Latina e Europa oriental) com os conglomerados norte-americanos<sup>106</sup>. De outro lado, os países ditos subdesenvolvidos foram privatizando suas antigas empresas estatais monopolísticas de telecomunicações, vendendo-as para os mesmos grupos norte-americanos, europeus, japoneses e canadenses.

---

<sup>105</sup> - Em detrimento de uma posição identificada com o tradicional liberalismo norte-americano (que vai parecendo cada vez mais superado no tempo) e que via, na formação de monopólios, riscos à privacidade e aos direitos do consumidor.

<sup>106</sup> - A estratégia destes países parece girar em torno da formação de um binômio operadora-indústria de equipamentos: Siemens-Deutsche Telecom, Alcatel-France Telecom e Italia Telecom-Olivetti, por exemplo.

Assim como nas telecomunicações, no setor que se chamava tradicionalmente "comunicação social" (e que podemos denominar hoje como "segmento de produção de conhecimento" no interior do conjunto das comunicações) a concentração não é menor.

Matéria de Robert W. McChesney, publicada na edição de novembro de 1999 da revista norte-americana *The Nation* ("The New Global Media: it's small world of big conglomerates"), cita quais seriam os nove grupos que controlam a mídia planetária: AOL-TimeWarner, Disney, Viacom, Sony, News, Seagram, GE, AT&T e Bertelsmann. Seguidos de mais uma outra quantidade de grupos regionais. Na Europa, onde ainda podemos encontrar um razoável número de "players" deste mercado, destacam-se o alemão Kirch, o italiano Fininvest-Mediaset (do neo-fascista Silvio Berlusconi), o francês Vivendi e o inglês Pearson. Na América Latina, apenas três grupos empresariais parecem ter vitalidade para resistir à progressiva entrada destes gigantes transnacionais: Globo, Cisneros e Televisa, por ordem.

Afim de percebermos como se processa a formação destes conglomerados e a articulação cada vez maior entre os dispositivos de produção e os de transmissão da informação, acompanhemos a seguir os organogramas do maior grupo de mídia do mundo e do maior do Brasil. As informações necessárias para a montagem deste material foram conseguidas nas mais diferentes fontes e, dada a extrema mobilidade destes setores, podem já estar desatualizadas quando de sua leitura.

## Grupo AOL Time Warner

Alguns acionistas:  
 US West, MediaOne (AT&T), Itochu e Toshiba

36 Revistas como Time, Fortune Sports Illustrated People, Life	Warner-EMI Music Atlantic, Elektra, Rhino, Sire Virgin, Priority, Capitol WEA
Warner Books Little-Brown, Oxmoor Sunset, Time Life Book-Of-The-Month	Warner Brothers Castle Rock New Line Fine Line Features
Hanna-Barbera Produtora e canal de TV	Radford Studio Center
50% da CBS/Fox Distribuidora de fitas de vídeo	Atlanta Braves (beisebol) Atlanta Hawks (basquete) Atlanta Thrasher (Roquei no gelo)
DC Comics	Parques temáticos EUA (5) e Austrália
Multiplex	Atari (25%) Warner Interactive
Time Warner Cable Time Warner Telecom Road Runner (banda larga)	American On Line Netscape ICQ

Canais de música Viva (Europa) Classic V (Ásia)	Home Shopping Network Comedy Central Sega	TNT, TBS Cartoon Network Turner Classic Movies Court TV (50%)	HBO, Cinemax WB TV CNN E!	19% da CBS TVs (7 próprias e 200 afiliadas) Rádios (21 próprias e 585 afiliadas)
---	---	--	------------------------------------	--

## Organizações Globo

<p><b>Rede Globo de TV</b> 5 emissoras próprias 107 afiliadas em todo o país</p>	<p><b>Sistema Globo de Rádio</b> 13 emissoras próprias 7 afiliadas nas principais capitais</p>
<p><b>O Globo Valor (50%) - Extra Agência Globo</b></p>	<p><b>Editora Globo Globo Cochrane</b></p>
<p><b>Teletrim</b> Serviço de Pager e Call Center (com Bradesco, Victori e Crédit Suisse First Boston)</p>	<p><b>NET Brasil</b> (com BNDES, Bradesco e Microsoft) <b>NET Sul</b> (10%)</p>
<p><b>Vicom</b> Transmissão de dados para mercado corporativo</p>	<p><b>Globo Esportes</b></p>
<p><b>SKY do Brasil</b> (Com News Co.e AT&amp;T)</p>	<p><b>GloboSat</b> GNT, GloboNews, Telecines (5), USA, MultiShow e Sport TV</p>
<p><b>Maxitel</b> telefonía celular (Banda B) (com Bradesco e Italia Telecom) - Minas Gerais, Bahia e Sergipe -</p>	<p><b>Globo Filmes</b> Produtora cinematográfica</p>
<p><b>Som Livre</b> Gravadora</p>	<p><b>Globo Vídeo</b> Distribuidora</p>
<p><b>Globo Multimídia</b></p>	<p><b>Globo Parques Temáticos</b></p>
<p><b>Globo.Com</b> (com Italia Telecom: 30%)</p>	<p><b>Virtua</b> Provedor de acesso à Internet em banda larga</p>

Globo International TV	<p><b>Globo Disk</b> ShopTime (com GP e Macal) Planetaimovel.com (com OESP)</p>	<p><b>Fundação Roberto Marinho</b> (Canal Futura)</p>	Instituto Acqua	<p><b>SIC</b> (participação) <b>PortuSat</b> (participação) <b>TV Cabo</b> (4 canais)</p>
------------------------	---	---	-----------------	---

Além do gigantismo evidente destes conglomerados, algumas outras características precisam ser destacadas. Em primeiro lugar, a interface com empresas de equipamentos eletrônicos e informática (Toshiba e Itoshu, no caso da Warner; as Organizações Globo venderam, em meio à crise da alta do dólar, a franquia brasileira da NEC japonesa). Depois, a presença de empresas de telecomunicações (US West, acionista da Warner; Maxitel e Vicom, onde a Globo possui participação e a aliança estratégica com a Italia Telecom), de operadoras de redes de cabos (Time Warner Cable; Globo Cabo), de entretenimento (a Globo se prepara para o lançamento de um parque temático na cidade do Rio de Janeiro e criou uma operadora de eventos esportivos) e de todo o circuito "tradicional" das mídias (rádio, TVs, jornais, revistas, cinema).

Enfim, nos encontramos preparados para responder à pergunta feita momentos atrás. Será mesmo que este casamento entre as diversas mídias aponta para a radicalização da democracia? Será que, ao contrário do cenário construído até aqui, a democracia estaria enfim aparecendo em nosso horizonte de perspectivas?

Ao que tudo indica, a potencialidade democrática da Internet (e de seus prováveis substitutos) vem sendo colonizada por este agente da auto-completude do capitalismo: as transnacionais produtoras de capital-informação (ou, nos dizeres do professor René Dreifuss, o "sistema teleinfocomputrônico satelital"). Se possui aspectos potencialmente democráticos, a convergência tecnológica permite, e até mesmo estimula, a presença dos conglomerados que já atuam de forma multimídia. Ao contrário do rádio e da TV, as novas tecnologias interativas não parecem simplesmente sonegar a presença de outras experiências que não sejam aquelas vinculadas ao capital-informação. A questão, contudo, parece ser de pertinência, de excesso, e não mais de escassez. Neste novo paradigma de funcionamento das comunicações (com convergência empresarial e confluência midiática) as barreiras construídas não passarão pela censura ao acesso, mas por procedimentos que envolvem controlatos<sup>107</sup> e processos tautísticos<sup>108</sup>, que esvaziam a pertinência das mensagens veiculadas em detrimento de sua própria circulação.

---

<sup>107</sup> - Ver o texto "Post-scriptum sobre as sociedades de controle". IN: DELEUZE, Gilles. Conversações. Rio de Janeiro, Editora 34, 1996.

Além do mais, os hits na Internet (taxa de visitação dos sites) parecem estar cada vez mais concentrados em poucos grupos empresariais. Como veremos a seguir, a lista dos grandes nomes da Internet, ao contrário do início de sua operação comercial, possui enormes (e crescentes) confluências com os conglomerados multimídia do capital-informação. Vejamos:

A Yahoo, página mais visitada da Internet mundial (e que tem 33% de suas ações com o Softbank japonês), adquiriu a Geocities (o maior provedor de espaço). A Telefonica de Espanha comprou a Lycos (site de busca que é dono de metade das ações da Tripod, concorrente da Geocities; de participação na própria Geocities; dos serviços WiseWire e WhoWhere; e do HotBot) para integrá-lo na maior plataforma ibero-americana de Internet (Terra). A AT&T é dona das marcas TCI (maior empresa de TV a cabo do mundo), @Home (provedor de Internet por banda larga), Liberty Media (acionista da Sky), Media One e Excite. O grupo Disney é o acionista majoritário da Infoseek. E a NBC é proprietária de 19% das ações do Snap.

Sem mencionar, claro, o espetacular casamento entre conteúdo e banda larga (Time-Warner) e know how na Internet (AOL). Curioso notar, neste caso, que a AT&T (proprietária do @Home) possui participação (através do MediaOne) no serviço RoadRunner (da Time Warner), principal concorrente do seu próprio @Home.

No Brasil não foi diferente. O provedor mundial PSINet se tornou rapidamente uma das maiores empresas de Internet no país, comprando diversos provedores nacionais. A Telefonica de Espanha comprou o segundo maior provedor de acesso (ZAZ), a telefonia fixa em São Paulo, a Banda A de telefonia celular do Rio de Janeiro e Espírito Santo e montou a maior empresa de telemarketing do país (Atento)<sup>109</sup>. O StarMedia (que tem como

---

<sup>108</sup> - SFEZ, Lucien. *Crítica da Comunicação*. São Paulo, Edições Loyola, 1994.

<sup>109</sup> - As operações da Telefonica no Brasil explicam boa parte da receita dos provedores gratuitos de Internet: o provedor contrata linhas telefônicas da operadora de telecomunicações (que pertence à mesma holding). O acesso gratuito de um se transforma em mais pulsos para o outro. Por isso, Telemar e Brasil Telecom (as outras duas herdeiras do Sistema Telebrás na telefonia fixa) são sócias do provedor de acesso gratuito IG. A concorrência, claro, se torna desleal, na medida em que

um de seus acionistas o Chase Manhattan Bank) comprou os sites de busca Cade? e Zeek!. O maior provedor brasileiro (UOL) é uma união entre o Grupo Folha (da família Frias) e a Abril (dos Civita), desenvolvendo vigorosa expansão pela América Latina e que agora se prepara para vender ações na Nasdaq norte-americana (já tendo recebido investimentos do Credit Suisse First Boston Garantia e da Latinvest). A Booknet (agora Submarino) foi adquirida pela GP (Lojas Americanas, Ambev, Supermercados ABC e IBMEC), que também participa do IG, da Webmotors, Lokau, Elefante, iBest, Mercado Eletrônico, Viajo.com, O Site e Patagon. Já o Banco Opportunity investiu os recursos de seus fundos na AgênciaClick, Radix, IG, Decidir.com, Mercado Eletrônico e U-Near.

Seguindo a tendência de unir mercado financeiro e Internet, o Banco Itaú comprou 12% das ações da AOL Latin América e o fundo de investimentos texano HMTF possui uma carteira de US\$ 500 milhões para investir no continente.

Por último, a Microsoft. A maior fabricante mundial de softwares não percebeu inicialmente o potencial comercial da Internet, negligenciando-a em seus produtos e passando a sofrer concorrência direta de empresas como Netscape e Sun Microsystem. Em uma profunda reviravolta, a Microsoft re-orientou todo seu funcionamento. Seus softwares passaram a estar, cada vez mais, integrados à Internet. Seu browser (o Explorer) foi acoplado ao Windows e rapidamente tomou a dianteira no mercado, forçando a venda da rival Netscape<sup>110</sup>. Passou a inaugurar uma série de serviços na Rede, como o portal MSN (terceira página mais acessada do planeta). Ou a comprar outros, como o serviço de e-mails gratuitos HotMail. Agora, a Microsoft está envolvida em garantir que seu Windows CE seja o software residente nos demais sistemas que acessarem a Internet (TV a cabo, por exemplo). Tem comprado ações de diversas operadoras de cabo (25% da TV Cabo em

---

um serviço subsidia o outro e o resultado é a gradual eliminação de concorrentes que não estejam integrados em destes oligopólios.

<sup>110</sup> - Motivo pelo qual a empresa vem sendo processada na justiça norte-americana em um embate paradigmático entre a concepção tradicional do liberalismo (cuja presença ainda é forte no judiciário daquele país) e a recente visão que enxerga nos conglomerados uma forma de exercício da supremacia norte-americana (tipicamente uma posição da elite do Partido Democrata: Al Gore, por exemplo).

Portugal, 10% da NET e a totalidade da japonesa Titus), injetando dinheiro e cobrando fidelidade.

### 3 - Assim...

Ainda que não faça parte das preocupações deste trabalho, não posso deixar de mencionar um outro setor envolvido diretamente com os instrumentos de produção e transmissão de informações (ou seja, de capital-informação) e que, por isso mesmo, co-ocupa a centralidade das novas relações de poder. É aquele que extrai sua informação de circuitos "naturais", envolvendo áreas como engenharia genética e biotecnologias<sup>111</sup>.

A lógica que preside este setor tem se mostrado a mesma da área das comunicações. Grandes conglomerados transnacionais vão se formando a partir de processos de fusão e aquisição, fechando em torno de si toda esta cadeia produtiva<sup>112</sup>.

O custo das informações extraídas na natureza, em geral, traz embutido em si a economia propiciada pelo tempo de trabalho gasto por diversas comunidades tradicionais,

---

<sup>111</sup> - E que, através de dispositivos como os chips orgânicos, parece estar em acelerado processo de encontro com as áreas de telecomunicações e informática.

<sup>112</sup> - É o caso da compra da Monsanto (a maior empresa de pesquisa de alimentos e sementes do planeta) pelo laboratório farmacêutico Pharmacia and Upjohn. A Monsanto adquiriu a patente do famoso "gene exterminador", por US\$ 1 bilhão, do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos e da Delta and Pine Land. Os pesquisadores conseguiram remover de uma célula vegetal o segmento de DNA responsável pela produção de uma toxina e introduzir este material letal no genoma de plantas comercializáveis. Em associação com outros dois elementos o gene assassino permanece inativo até um estágio avançado de desenvolvimento, quando a toxina produzida passa a afetar apenas as sementes, não as plantas. Mas, como a empresa precisa produzir inicialmente uma quantidade suficiente de sementes para a venda, os cientistas acrescentaram mais uma seqüência de DNA para neutralizar os genes esterilizadores. Uma vez produzidas as sementes necessárias, elas serão emersas em um tipo de antibiótico para que o gene repressor seja neutralizado e as sementes fiquem novamente inférteis. A patente já foi solicitada em dezenas de países, inclusive no Brasil. Os críticos do gene exterminador destacam que ninguém sabe como pode se dar a sua propagação. Com o vento, o pólen destas plantas poderia fertilizar outras da mesma família e culminar com a contaminação, de forma irreversível, de toda a flora terrestre. E, também, o gene evitará que um agricultor do Terceiro Mundo utilize as sementes da safra anterior na sua plantação. Todo ano, este mesmo agricultor deverá comprar sementes novas da própria Monsanto, arruinando a agricultura de subsistência, que ainda mantém vivo mais de um terço da população da Terra. Graças a uma gigantesca campanha de divulgação e a um bem organizado lobby por parte de diversas ONGs, a

promovendo uma redução de investimentos das transnacionais que pode chegar a uma poupança de 90% dos gastos com pesquisa<sup>113</sup>.

Produzida toda esta análise, que mesmo assim ainda peca pela superficialidade, o cenário construído à nossa frente não é nada animador. Vivemos a orgia da auto-completude do capitalismo pós-produtivo das sociedades de crise, onde a crise passa a ser uma endemia.

De um lado, a maior produção de miséria jamais imaginada na história. Mais de um bilhão de pessoas sobrevivem com até dois dólares por dia. De cada US\$ 100 investidos anualmente pelas transnacionais, apenas US\$ 2 vão parar na África. Nosso país responde por somente 2% do comércio mundial, mesmo sendo a décima economia do planeta. Cerca de três bilhões de pessoas estão excluídas estruturalmente (e não conjunturalmente) da capacidade de produzir capital-informação: são o contrapeso das sociedades de crise, o “refugo” que ainda nos impede de criarmos o mais direto mergulho na total virtualização de nossas vidas e das relações entre elas.

Os demais, os incluídos, habitam o interior das sociedades de crise, cuja única utopia possível (porque se trata disso: uma meta sempre inalcançável) é o manter-se consumindo, seja lá o que for (nem que seja a crítica a esta mesma sociedade: como este texto!).

Entre os dois grupos, um fosso vai se erguendo, tão gigantesco, que pode haver um dia em que não nos reconheçamos mais como membros de uma mesma espécie, abrindo espaço

---

Monsanto teve perdas substanciais em seu patrimônio acionário e anunciou que não comercializará mais (ao menos por enquanto) o “gene exterminador”.

<sup>113</sup> - Surgem, assim, as diversas acusações de biopirataria, envolvendo, de um lado, os países biodiversos (Brasil, Costa Rica, Colômbia e Índia, por exemplo), e de outro os grandes produtores de biotecnologias. A deputada Socorro Gomes (PCdoB-PA) encaminhou, em 1999, denúncia ao Congresso Nacional contra o Experimento de Grande Escala da Biosfera-Atmosfera na Amazônia (LBA), patrocinado por instituições do governo brasileiro e pela Agência Espacial Norte-Americana (NASA). Este projeto visa detectar o real papel desempenhado pelas florestas equatoriais no processo de trocas gasosas da atmosfera. A deputada, contudo, alega que centenas de cientistas estrangeiros estarão atuando por seis anos em território brasileiro, usando sofisticados equipamentos de terra e ar, sem que haja o mínimo controle por parte de autoridades nacionais. De outro lado, a revista *Atenção!*, de março de 1996, trouxe reportagem de Cesar Benjamin, acusando a Lei de Patentes brasileira de ter sido redigida em inglês por um escritório suíço, por pressão do governo norte-americano, posteriormente traduzida para o português e aprovada na íntegra pelo Congresso Nacional. A lei permite até mesmo o patenteamento de espécies animais e vegetais.

para a legalização do genocídio dos excluídos (basta lembrar que a matança de aproximadamente um milhão de membros da minoria tutsi, ou mesmo hutus moderados, foi organizada pelo próprio governo da República do Congo, ex-Zaire, dominado pelos hutus, e que o embaixador norte-americano havia alertado seu governo sobre a iminência do massacre, mas nada foi feito).

## Bibliografia

- DANTAS, Marcos. A lógica do capital-informação. Rio de Janeiro, Editora Contraponto, 1996.
- \_\_\_\_\_. Trabalho com informação: investigação inicial para um estudo na Teoria do Valor. Dissertação (Mestrado). Ciência da Informação (ECO-UFRJ), Rio de Janeiro, 1994.
- DELEUZE, Gilles. Conversações. Rio de Janeiro, Editora 34, 1996.
- DREIFUSS, René Armand. A época das perplexidades (mundialização, globalização e planetarização: os novos desafios). Petrópolis, Editora Vozes, 1996.
- FARIA, Hamilton & SOUZA, Valmir de (orgs.). Projeto cultural para um governo sustentável. São Paulo, Pólis, 1994.
- FEYERABEND, Paul. Contra o método. Rio de Janeiro, Livraria Francisco Alves Editora, 1975.
- FNDC (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação). Programa do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Salvador, 1994.
- FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. Rio de Janeiro, Editora Graal, 1986.
- GILDER, George. A vida após a televisão. Rio de Janeiro, Ediouro, 1994.
- HERZ, Daniel. A história secreta da Rede Globo. Porto Alegre, Editora Ortiz, 1991.
- KURZ, Robert. Os últimos combates. Petrópolis, Editora Vozes, 1998.
- LASTRES, Helena M. M. e ALBAGLI, Sarita (org.). Informação e globalização na Era do conhecimento. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1999.
- MORAES, Dênis. O Planeta Mídia (Tendências da comunicação na era digital). Campo Grande, Letra Livre, 1998.
- NEGROPONTE, Nicholas. A vida digital. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
- NORA, Simon e MINC, Alain. A informatização da sociedade. Lisboa, Editora Europa-América, 1981.
- SFEZ, Lucien. Crítica da Comunicação. São Paulo, Edições Loyola, 1994.
- SINTTEL-RJ (Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Telecomunicações do Rio de Janeiro) e TELERJ (Telecomunicações do Rio de Janeiro S.A.). Perspectivas para o setor das telecomunicações. Rio de Janeiro, Telerj, 1993.
- VIGEVANI, Tullio. O contencioso Brasil X Estados Unidos na Lei de Informática. São Paulo, Editora Alfa Omega e Edusp, 1995.

## Resenha

### **A questão regional no Livro Verde da Sociedade da Informação no Brasil**

*César Bolaño*

Em 1998, o Comitê Gestor da Internet no Brasil propôs o desenvolvimento de um projeto de Ciência e Tecnologia para a construção da Sociedade da Informação no país. Em dezembro daquele mesmo ano, o Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia aprova a iniciativa, propondo ações para o Plano Plurianual (PPA) para o período 2000-2003. Em maio de 1999, por convite do Ministério da Ciência e Tecnologia, começa a reunir-se em Brasília um grupo para pensar o programa brasileiro de Sociedade da Informação, que tinha a missão de traduzir em projetos concretos as recomendações do Conselho para o PPA. O grupo propôs ao MCT que o planejamento e decolagem do programa fosse feito em três etapas: uma de “estudos preliminares”, conduzindo ao lançamento formal do mesmo, o que foi feito em dezembro de 1999, outra na qual se redigiria, com a participação de 300 pessoas - 150 atuando em um entre doze “grupos temáticos” -, um Livro Verde da Sociedade da Informação no Brasil, concluído neste mês de agosto de 2000, e uma terceira, inaugurada agora, em que uma série de debates públicos antecederia a redação de um Livro Branco, base definitiva para o planejamento da implantação da SI no país.

Entre os méritos do Livro Verde, está o de, talvez pela primeira vez na história recente das políticas de comunicação no Brasil, ter posto o tema dos conteúdos, da diversidade cultural e da problemática regional de forma explícita em um documento amplo, para debate público, a fim de se definir uma política nacional de longo alcance. Na verdade, as negociações em torno dessa política começam agora e será muito interessante, ao longo do segundo semestre, acompanhar o debate. O Observatório de Comunicação, ligado ao Núcleo de Pesquisa e Pós-graduação da Universidade Federal de Sergipe (NUPEC/UFS) estará empenhado no acompanhamento desse debate e esperamos, no próximo número da revista Eptic On Line, trazer uma análise mais ampla. Nesta resenha, limito-me a descrever a estrutura geral do livro e, em seguida, centrar a discussão nos assuntos ligados ao tema central proposto para este número.

### A estrutura do Livro Verde

No capítulo I, “A sociedade da informação”, falando do desenvolvimento, em nível global, do novo paradigma técnico-econômico decorrente do uso generalizado das tecnologias da informação e da comunicação, os autores do Livro apontam que *“os países e blocos políticos, desde meados da década de 90, defrontam-se com as oportunidades e os riscos que cercam o futuro e, reconhecendo a importância estratégica da sociedade da informação, vêm tomando iniciativas para assegurar que essa nova era venha em seu benefício”*. Mais especificamente, o programa brasileiro buscaria contribuir efetivamente para *“a construção de uma sociedade mais justa, em que sejam observados princípios e metas relativos à preservação de nossa identidade cultural, fundada na riqueza da diversidade; a sustentabilidade de um padrão de desenvolvimento que respeite as diferenças e busque o equilíbrio regional; e a efetiva participação social, sustentáculo da democracia política”* (p. 4).

Comparado com outros países da América Latina, o Brasil disporia das condições necessárias para o desenvolvimento de um programa amplo de SI: disseminação da internet, organização do sistema de telecomunicações e da agência de regulação, base tecnológica instalada e recursos humanos qualificados. Esses fatores permitiriam ao programa brasileiro contribuir para *“resgatar a sua dívida social, alavancar o desenvolvimento e manter uma posição de competitividade econômica no cenário internacional”* (idem). Fixados esses princípios, passa-se a apresentar as oportunidades e riscos inerentes ao desenvolvimento da SI, em direção à qual, “voluntária ou involuntariamente”, todos os países caminham. Treze temas são propostos: (1) comércio eletrônico, (2) PME, (3) trabalho, (4) universalização do acesso, (5) educação, (6) valorização de conteúdos e identidade cultural, (7) governo, (8) marco regulatório, (9) pesquisa e desenvolvimento, (10) desenvolvimento sustentável, (11) infra-estrutura, (12) integração regional e (13) cooperação latino-americana.

Os três primeiros temas serão objeto do capítulo segundo – “Mercado, Trabalho e Oportunidades” -, o quarto, do capítulo terceiro – “Universalização de Serviços para a Cidadania” -, o quinto do quarto – “Educação na Sociedade da Informação” -, o sexto, do quinto – “Conteúdos e Identidade Cultural” -, o sétimo, do sexto – “Governo ao Alcance de

Todos” -, o nono, do sétimo – “P&D, Tecnologias chave e Aplicações” e o décimo primeiro, do oitavo – “Infraestrutura avançada e Novos Serviços”. Cada um desses sete temas, contemplados em um dos sete capítulos citados, compõe uma das grandes linhas de ação propostas ao final do capítulo primeiro, onde se detalha a estrutura organizacional do programa.

O Livro traz ainda quatro capítulos anexos - “Evolução das Iniciativas rumo à Sociedade da Informação no Mundo”, “Indicadores de Acompanhamento”, “Informática e Telecomunicações no Brasil” e “A Internet” -, além de bibliografia, glossário e lista de siglas, acrônimos e similares.

O oitavo tema citado no parágrafo anterior, é contemplado em cada um dos sete capítulos do Livro, todos eles divididos nos seguintes itens: (1) do que se trata, (2) onde estamos, (3) onde queremos chegar e (4) o que fazer. Este último item, por sua vez, é sempre dividido em três sub-itens: quadro jurídico, ações estruturadoras e outras ações.

Os temas 10, 12 e 13 citados acima não são tratados em nenhum capítulo específico, mas são preocupações gerais que permeiam todo o livro, segundo a concepção original dos seus formuladores. No que segue, tratarei especificamente destes dois últimos pontos.

### **A questão regional**

No primeiro capítulo do livro, a problemática regional é citada no tópico sobre universalização do acesso, nos seguintes termos:

“O maior acesso à informação poderá conduzir a sociedades a relações sociais mais democráticas, mas também poderá gerar uma nova lógica de exclusão, acentuando as desigualdades e exclusões já existentes, tanto entre sociedades como, no interior de cada uma, entre setores e regiões de maior e menor renda. No novo paradigma, a universalização dos serviços de informação e comunicação é condição necessária, ainda que não suficiente, para a inserção dos indivíduos como cidadãos” (p. 6).

Mais adiante, num pequeno tópico intitulado “desenvolvimento e integração: valorizando vocações e potencialidades regionais”, afirma-se:

“Em um mundo em que conhecimento, informação, criatividade e inovação são fatores de riqueza, a diversidade cultural é para ser reconhecida e explorada como fator de vantagem competitiva. Na base do desenvolvimento equilibrado do país, portanto, deve estar a consecução de ações locais, orientadas para o aproveitamento das diversidades e especificidades de cada região” (p. 8).

Em um documento do Grupo Temático Regionalização e Integração (GT-Reg), a questão da diversidade é colocada – no interior da discussão sobre universalização, em que se defende a necessidade de imprimir-lhe um caráter ativo, permanente e evolutivo - nos seguintes termos:

*“A diversidade e as especificidades culturais podem ser fonte de criatividade e de inovação fundamentais para a competitividade das regiões numa sociedade em que o conhecimento é fator estratégico para o desenvolvimento. Nesse sentido, três princípios devem ser respeitados no que se refere à questão chave dos conteúdos: (a) garantia de uma oferta que represente amplamente a diversidade social e regional do país; (b) garantia de acesso ao sistema de todos os cidadão e grupos interessados em expressar seus valores e sua cultura; c) garantia de liberdade de escolha dos cidadãos, o que implica o acesso de todos a qualquer tipo de informação. Vale ressaltar que o acesso gratuito da sociedade civil aos canais mais vocacionados para a produção local é importante, mas insuficiente. A diversidade exige uma política de capacitação, incitação e fomento para os produtores independentes e as comunidades locais, aos quais, por outro lado, deve-se garantir os espaços mais amplos e nobres de difusão”* (GT Regionalização Contribuição ao tema da Universalização dos Serviços, SocInfo/MCT, 2000, p. 3, mimeo.).

Aí estão as linhas gerais de uma proposta de política centrada na questão dos conteúdos e da diversidade cultural, evidenciando que as convergências tecnológica e econômica, para serem enfrentadas nos termos propostos nos trechos citados do Livro Verde, devem ser atacadas também pela via de uma estratégia de “convergência legislativa”, ou, melhor, pela construção de um novo modelo de regulação das comunicações em sentido amplo. O Livro Verde e o debate que ele propõe apontam, de fato, para essa possibilidade, mas o capítulo sobre “conteúdos e identidade cultural” fica muito aquém disso.

Na verdade, o capítulo privilegia o aspecto nacional da identidade, pouco falando sobre a diversidade cultural e a problemática regional. Um parágrafo é dedicado aos “aspectos de regionalização”:

“Por outro lado, a maior parte dos conteúdos nacionais são produzidos nas grandes cidades e nas corporações localizadas no Centro-Sul do país, o que remete para a necessidade de se incentivar a produção de conteúdos que expressem a cultura das diversas regiões, bem como daqueles grupos que se identificam por áreas de interesse profissional, de negócios, de lazer, de hobby e até mesmo de caráter contestatório e de contracultura” (p. 54).

Em outro trecho, o texto fala na “urgência de se intensificar a produção e difusão de conteúdos que espelhem não só nossa identidade cultural, mas também a rica diversidade de aspectos culturais que constroem essa unidade multifacetada” (p. 52). Mas a ênfase é posta no que os autores chamam de “identidades secundárias” – por oposição à “identidade primária em vigor no país, representada pela língua natural aqui usada e que no caso do Brasil é de fato considerada uma” -, que incluem “regionalismos e grupos de preferência de diversa natureza”, minorias étnicas, religiosas, “grupos de defesa da condição feminina ou da ecologia” etc. A concepção toda é bastante discutível, mas não há espaço aqui para entrar no debate.

O importante a registrar é que o capítulo claramente subestima o poder dos grande oligopólios e dos setores hegemônicos na produção cultural e não fala sequer na tendência de entrada de grandes capitais estrangeiros e das indústrias culturais tradicionais do país, como é notoriamente o caso da Rede Globo ou da Folha de São Paulo, para citar dois casos flagrantes, tendendo a concentrar a produção de conteúdos de acordo, exatamente, com as mesmas linhas de concentração econômica, regional e outras vigentes. Ora, essa é uma questão absolutamente crucial para se pensar a regulação do setor. Sem isso, as recomendações a respeito do quadro jurídico limitam-se à questão dos direitos autorais de publicações eletrônicas, do estabelecimento de normas técnicas para o tratamento dos conteúdos e a uma legislação de incentivos “para a digitalização e disponibilização de conteúdos de interesse cultural, a exemplo da Lei Rouanet”, quando o que se deveria fazer é colocar o problema no interior do conjunto do modelo de regulação da comunicação,

atentando para o aspecto central do problema: o da convergência entre audiovisual, telecomunicações e informática.

### **Relações Internacionais**

O Mercosul é visto pelos autores do Livro como “uma importante iniciativa de países latino-americanos”, diante da tendência mundial de formação de blocos e mega-mercados regionais, objetivando

“contribuir para um ambiente de integração e cooperação entre os países membros, permitindo-lhes maior intercâmbio e dinamismo econômico e tecnológico, bem como promover a solidariedade entre os povos da região e o desenvolvimento social e cultural. As novas tecnologias de informação e comunicação são estratégicas nesse esforço, pois constituem um dos elos básicos na quebra das barreiras espaço-temporais, facilitando a comunicação e o intercâmbio regional em todas as áreas de atividades e contribuindo para a intensificação do comércio na região” (p. 8).

Na página anterior, a questão da cooperação internacional é posta no bojo de uma discussão sobre pesquisa e desenvolvimento, de forma particularmente feliz:

“A capacitação para orientar escolhas tecnológicas e para o efetivo domínio de algumas tecnologias-chave requer uma cadeia de investimento e de conhecimento que se traduz numa matriz de competência ampla e diversificada. Para estar apto a acompanhar a rapidez do desenvolvimento da base técnico-produtiva mundial, o país deve ainda manter uma política consistente de investimento em recursos humanos, de modernização da infraestrutura científico-tecnológica de apoio à integração universidade-empresa e de ativa cooperação internacional” (p. 7).

Esses dois trechos localizam bem o problema da necessidade de definição de uma estratégia internacional do Brasil em matéria de comunicação, dando a devida ênfase para a colaboração latino-americana e no interior do Mercosul, em particular. Infelizmente, o Livro também não retoma essa importante questão no capítulo sobre conteúdos, sumariamente analisado acima, apesar da clareza com que coloca, ao apresentar justamente

a questão do marco regulatório, por exemplo, o problema das relações internacionais e a necessidade de uma estratégia nacional:

“Com a lentidão das negociações dos acordos internacionais, estarão se formando novas barreiras entre os países, em função de regulamentações adotadas unilateralmente e do estabelecimento de padrões de fato. Compatibilização de padrões tecnológicos, leis de proteção aos consumidores e autores, regimes de tributação de bens e serviços são alguns dos pontos em negociação que ganham complexidade em função do caráter transterritorial das transações na internet. Nesse contexto, é importante ampliar o debate interno no Brasil, para definir estratégias e interesses próprios e respaldar o encaminhamento dessas questões nos fóruns internacionais” (p. 7).

O trecho aponta, ainda que implicitamente, para a complexidade da questão regulamentar, que envolve, com sabemos, temas próprios das leis da informática e do debate sobre as políticas industrial e de desenvolvimento, das leis de incentivo à cultura, dos direitos autorais etc., tudo isso numa situação em que a expansão da internet e do projeto global de Sociedade da Informação favorece os países de maior peso no cenário internacional. Ademais, os autores reconhecem a importância do debate interno para criar um consenso em relação aos interesses nacionais, visando a negociação internacional em torno da regulamentação do setor. A própria existência do Livro Verde segue essa lógica e abre a possibilidade de ação da sociedade civil e dos diferentes atores interessados em pressionar por avanços efetivos no modelo brasileiro de regulação das comunicações.