

COMUNICAÇÃO INTERNACIONAL NA SOCIEDADE EM REDE

INTERNATIONAL COMMUNICATION IN THE NETWORK SOCIETY

Karine dos Santos Ruy*

* - Jornalista, especialista em Estudos de Jornalismo e Mídia pela UFSC e mestranda do curso de Comunicação Social da PUC/RS, e-mail: karine.ruy@acad.pucrs.br

Resumo

O objetivo deste trabalho é analisar o papel da comunicação internacional na sociedade em rede. Após destacar a importância do desenvolvimento de recursos tecnológicos da comunicação para as práticas da globalização, o artigo faz um levantamento histórico de estudos e teorias sobre o fluxo internacional de informações e das correntes contemporâneas, concentradas, sobretudo, nos Estudos Culturais.

Palavras-chave: Comunicação Internacional, Globalização, Sociedade em Rede.

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the role of international communication in the network society. After highlighting the importance of the development on technological resources of communication for globalization practices, the article presents a historical research of studies and theories about international flow of information and contemporary tendencies centralized mainly in cultural studies.

Keywords: International Communication, Globalization, Network Society.

Estratégica no processo de globalização, a comunicação internacional tem seu status redefinido na sociedade contemporânea graças à cartela de possibilidades e recursos disponibilizados pelo desenvolvimento das tecnologias da informação. Nesse cenário, o advento de ferramentas capazes de encurtar distâncias e driblar o tempo modifica os modos de comunicação entre as sociedades. A mídia vai cada vez mais longe e alcança uma audiência cada vez maior, é fato. Pouco conhecidos ainda, contudo, são os meandros desse processo, suas consequências em termos de imaginário social. Assim, pensar a comunicação internacional na sociedade em rede e no seu papel no diálogo entre culturas emerge hoje como um questionamento relevante no campo das Ciências Sociais.

Para compreendermos melhor a trajetória desse campo da comunicação faz-se imprescindível lançar um olhar sobre a formatação do modelo de sociedade contemporânea na qual ele se insere, a sociedade em rede. O termo que intitula o primeiro volume da trilogia **A Era da Informação – Economia, Sociedade e Cultura** (1999), é utilizado por Manuel Castells para definir um sistema formado por “nós interconectados” (*ibidem*, p. 566) que caracteriza a morfologia da sociedade contemporânea.

Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio (*ibidem*, p. 567).

A ascensão de novos aparatos tecnológicos, com destaque para a microeletrônica e a internet, aparece como questão central na construção da sociedade em rede. A revolução da tecnologia da informação, iniciada com a invenção do transistor em 1947 e difundida a partir da década de 1970, é que vai permitir a configuração desse modelo de sociedade. Recursos como microeletrônica, informática e, mais recentemente, a internet, constituem os artifícios capazes de superar as barreiras do tempo e do espaço, dando vazão ao processo de globalização moderno.

As comunicações não somente expressam como organizam o movimento da globalização. Elas organizam o movimento multiplicando e estruturando as interconexões através das redes. Elas expressam o movimento e controlam as direções do imaginário que flui através dessas conexões comunicativas. (...) A síntese política do espaço social é fixada no espaço das comunicações. É por isso que as indústrias de comunicações assumiram uma posição tão central (HARDT e NEGRI, 2000, p. 32-33).

A disponibilidade de recursos comunicacionais transformará a maneira como as diversas esferas da vida social se organizam. A economia certamente é o carro abre-alas dessa revolução, redefinindo as formas de produção, o mercado de trabalho e o próprio papel do Estado em um cenário marcado pelo culto à incessante desregulamentação, ao qual Castells irá se referir como “cassino global”. Entretanto, as consequências do uso das tecnologias da informação vão muito além da esfera dos jogos econômicos de interesse e poder, atingindo o cotidiano dos indivíduos. Como resume Stuart Hall,

A mídia encurta a velocidade com que as imagens viajam, as distâncias para reunir bens, a taxa de realização de lucros (reduzindo o ‘tempo de *turn-over* do capital’), e até mesmo os intervalos entre os tempos de abertura das diferentes Bolsas de Valores do mundo – espaços de minutos em que milhões de dólares podem ser ganhos ou perdidos (1976, p. 18).

1. Sobre o fluxo internacional de informações

A Revolução Industrial abriu caminho para que as mensagens, centro do ato comunicacional, transitassem além das fronteiras, tanto geográficas quanto culturais, circulando “entre povos com diferentes formas de pensar e formas de olhar e perceber o mundo” (CHRISTOPHEL e STEINFATT, 1996, p. 319). Entretanto, esse trânsito de informações e produtos culturais via mídia não segue um regime de trocas iguais, democráticas. O fluxo internacional de informações constitui-se historicamente como um sistema desigual, assimétrico. As oportunidades de dizer, se fazer ver e se ouvir por intermédio dos veículos de comunicação de massa

não são democráticas. Assim como a economia, a comunicação segue a lógica da rede, na qual se vê que

(...) de um lado segmentos valiosos dos territórios e dos povos estão ligados nas redes globais de geração de valor e de apropriação das riquezas; por outro, tudo, e todos, que não tenha valor, segundo o que é valorizado nas redes, ou deixa de ter valor, é desligado das redes e, finalmente, descartado (CASTELLS, 1999, p. 175).

Vale aqui retomar algumas propostas já levantadas no decorrer dos estudos de Teoria da Comunicação para melhor situar a problemática da comunicação internacional e do fluxo internacional de informações. Foram em centros de pesquisas localizados nos Estados Unidos que os primeiros trabalhos a se debruçar sobre a questão encontraram incentivo, especialmente a partir da Segunda Guerra Mundial. Inseridos nos estudos de recepção que marcaram o início da *communication research*, os trabalhos tinham objetivos estratégicos no campo das relações internacionais, uma vez que o país ansiava por “desenvolver a arte e a ciência da comunicação e da opinião internacionais e interculturais, na esperança de reduzir a confusão e a tensão entre as nações” (SMITH *apud* FISCHER E MERRIL, 1970, p. 535).

Na Europa, o estudo da comunicação internacional teve outro eixo. Se nos Estados Unidos as pesquisas concentram-se no campo dos efeitos, a Escola de Frankfurt produz a *critical research* no final da década de 1930, apreendendo a comunicação internacional como um evento típico da indústria cultural e da sociedade de massa (STEVENSON, 1996, p. 183). Para os frankfurtianos, os meios de comunicação de massa são entidades econômicas que cumprem duas funções: uma direta, com a produção e distribuição de mercadorias, e uma indireta, a publicidade (BOLAÑO, 1999, p. 80). Todo o processo da comunicação, assim como os conteúdos por ele transmitidos, estaria submetido à lógica econômica.

Na década de 1970, renovam-se as discussões sobre a comunicação internacional. Elas são geradas nos países do então Terceiro Mundo (países em desenvolvimento), especialmente da América Latina. Com o fim da Guerra Fria, o monopólio exercido pelas agências de notícias se tornou o alvo das discussões da área, uma vez que elas “não somente produziam como distribuíam através do mundo as notícias a partir de uma ótica de interesse dos países

do Primeiro Mundo” (FADUL, 1998, p. 74). O surgimento, nesses países, de uma reflexão crítica sobre sua ordem de representação no panorama das comunicações impulsiona os estudos sobre a dependência da mídia nacional em relação às fontes estrangeiras de informação.

Os aspectos culturais da teoria da dependência, examinados por pesquisadores interessados na produção, distribuição e consumo da mídia e produtos culturais, foram particularmente relevantes para o estudo da comunicação internacional. Esses teóricos procuraram mostrar as ligações entre os discursos de modernização e as políticas de mídia transnacional, corporações de comunicação e seus patrocinadores entre os governos do ocidente (THUSSU, 2000, p. 61).

A preocupação residia, então, na necessidade de se formatar uma Nova Ordem Internacional da Informação e Comunicação, pauta dos debates da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) no período. Pesquisador da temática da comunicação internacional, Wainberg observa nesse contexto um movimento político que ansiava pelo reequilíbrio do fluxo internacional de informações. Os países latino-americanos tentavam se colocar em uma posição mais confortável – ou menos marginalizada – no caminho à sociedade em rede de Castells.

A queixa incluía o desejo por um fluxo mais balanceado de informações capazes de descrever de forma mais equilibrada a realidade dos países do Terceiro Mundo, geralmente apanhados por repórteres da *United Press International*, *Associated Press*, *Reuters* entre outras agências, através de sua faceta mais dolorosa: a discórdia, os desastres, suas revoluções e golpes. No bojo veio o clamor por uma distribuição mais equitativa das vagas para o estacionamento de satélites no espaço sideral, por apoio financeiro na construção de redes comunicacionais competentes em seus próprios territórios, e, entre outras medidas, a adoção de políticas de controle dos fluxos dos produtos simbólicos (2005, p. 282).

Rompendo com a sociologia empírica norte-americana, o jornalista e senador venezuelano Eleazar Díaz Rangel estudou, em 1967, a natureza do fluxo de notícias na América Latina, numa análise de conteúdo que envolveu 14 jornais da região. A pesquisa constatou nos jornais a presença hegemônica de conteúdos produzidos por agências norte-americanas em relação à Guerra

do Vietnã, por exemplo. “Jamais foram publicados os telegramas da agência do Vietnã do Norte nem informações sobre as manifestações de protesto contra a guerra ocorridas nos Estados Unidos” (BELTRÁN e CARDONA, 1982, p. 46). Ao mesmo tempo, assuntos relacionados ao desenvolvimento social e econômico da América Latina perderam espaço para as notícias internacionais produzidas pelas agências.

Ainda a partir dos anos 1970 ganham ênfase os estudos sobre o fluxo internacional de informações. Para Hester (1973), ele deve ser compreendido a partir das relações de poder entre os países – retomando, singelamente, o viés do Imperialismo Cultural. Hester especula que um volume maior de informações flui das nações poderosas para as menos poderosas, e não no sentido contrário. Outros autores seguem a proposta de Zipf, para quem a distância geográfica é o centro das explicações sobre o fluxo internacional de informações.

Mas é a proposta de Abler (1980) a que melhor se enquadra à noção de sociedade em rede. O autor vai além da superficialidade teórica de Zipf e elabora dois conceitos de distância: a absoluta e a relativa. A distância absoluta seria invariável no tempo, não sofreria modificações nem seria amenizada. Já a distância relativa variaria com os eventos, podendo diminuir ou aumentar de acordo com as relações de poder e os interesses postos em jogo.

Essa lógica é apropriada, por exemplo, para explicar a quase total ausência de temas relacionados ao continente africano nos canais noticiosos dos veículos de comunicação de massa nas últimas décadas¹. Desligada da rede, sem mais nada oferecer de lucro ao sistema capitalista global ao mesmo tempo em que é palco de sangrentas lutas étnicas e políticas, a África é o retrato de uma região que amarga a pena de estar à margem do sistema capitalista global.

2. Cultura, mercadoria global

Atualmente, os debates em torno da comunicação internacional, concentrados sobretudo nas correntes de Economia da Cultura e Estudos Culturais, focam a atuação dos conglomerados midiáticos. Para o pesquisador

¹ - A África do Sul voltou a ser pauta da mídia nos últimos dois anos graças a sua eleição como país-sede da Copa do Mundo de 2010.

inglês Daya Kishan Thussu, devido ao seu alcance planetário, esses modelos de corporações visam o desenvolvimento de conteúdos midiáticos homogeneizados e de receptividade global.

A desregulamentação e liberalização do setor da comunicação internacional na década de 1990 foi paralela nas indústrias midiáticas e, em conjunto com as novas tecnologias de comunicação via satélites e cabos, criou um mercado global para produtos midiáticos (THUSSU, 2000, p. 119).

Autores como Du Gay, Hall e H. Mackay observam nessa tendência uma tentativa de tornar o mundo um lugar único, num processo de *McDonal-
lização* do globo (HALL, 1976, p. 18).

É de fato difícil negar que o crescimento das gigantes transnacionais da comunicação, tais como a CNN, a Time Warner e a News International tende a favorecer a transmissão para o mundo de um conjunto de produtos culturais estandardizados, utilizando tecnologias ocidentais padronizadas, apagando as particularidades e diferenças locais e produzindo, em seu lugar, uma ‘cultura mundial’ homogeneizada, ocidentalizada (ibidem).

A preocupação dos autores encontra-se em sintonia com as problemáticas levantadas pelos debates atuais sobre a tríade comunicação internacional/cultura/globalização. É preciso ter em vista que o papel do jornalismo e da mídia como agentes construtores da realidade é redimensionado quando se trata de realidades distantes, como defende Steinberger:

A formação de opinião pública sobre os fatos internacionais se dá com base em quatro fontes visíveis: a informação acadêmica, a indústria cultural, os depoimentos vivenciados e a informação jornalística. De longe, é a informação jornalística divulgada através de revistas, jornais, televisões, rádio e Internet a principal fonte de referência para a formação de opinião (STEINBERGER, 2005, p. 29).

A capacidade de pautar a agenda dos debates políticos e cotidianos dá também à mídia o poder de formar imaginários sociais. São os discursos jornalísticos difundidos a todo momento por diversas espécies de canais e aparatos tecnológicos que vão direcionar o nosso olhar e atenção para deter-

minados fatos, da mesma maneira como desviarão de outros. Conduzindo a maneira de olhar o mundo, a mídia formata o próprio mundo. “Uma nação que só chega à mídia por suas epidemias, pobreza endêmica, corrupção política, banditismo, etc. estará sujeita a formações discursivas articuladas por um imaginário desfavorável” (*ibidem*, p. 171).

Posto isso, a hiperconcentração de produção e distribuição de conteúdo não pode ser ignorada. Dados reunidos pelas pesquisadoras Graciela Uribe Ortega e Silvana Levi de López dão uma ideia do nível do monopólio ao qual vêm se referindo estes parágrafos.

(...) estudos revelam que mais de 90% dos fluxos de informação provêm de quatro poderosas empresas sediadas na Europa e nos Estados Unidos, e que uma elevada porcentagem da produção de vídeos e filmes para a televisão é gerada na União Americana, o que permite moldar valores, idéias, aspirações, sentimentos, hábitos de consumo e de vida – em suma, tudo o que diz respeito à esfera espiritual e material do homem (1997, p. 182).

Na mesma linha de análise, Barbero observa na concentração econômica de megacorporações globais – o autor cita AOL-Time Warner, Dinsey, Sony, News Corporation, Viacom e Bertelsmann – o desenvolvimento de uma “capacidade de controle da opinião pública mundial e a imposição de moldes estéticos cada dia mais ‘baratos’” (2006, p. 52). Kellner vai além e observa a crescente parceria entre corporações midiáticas e outros tipos de empresas, como de telecomunicação e informática, que juntas produzem a sociedade do “infoentretenimento”. O resultado, para o autor, é “menos competição e diversidade, mais controle dos jornais e do jornalismo, da televisão, rádio, filmes e outras mídias” (KELLNER, 2003, p. 125).

Quando falamos em hegemonia, não devemos apreender o conceito de forma ingênua, concluindo que todas as audiências têm acesso ao mesmo tipo de produto midiático em todos os lugares. Como bem pondera Castells, o processo de segmentação de público e conteúdos pelos veículos de comunicação de massa, especialmente a televisão, mostra-se um fenômeno crescente. Entretanto, diversidade de conteúdos não significa uma pluralidade de vozes, no que tange a trocas simbólicas entre diversos padrões culturais. No caso específico da televisão, diz Castells, a diversificação das

mensagens acontece em sintonia com o aumento do seu controle por parte das principais empresas e governos (1999, p. 425).

Nas palavras de Denis de Moraes, “as safras midiáticas generalizam textos e imagens que estruturam simbolicamente a vida e a produção”, originando “um fluxo imagético que praticamente autonomiza a representação do mundo em telas e monitores – um mundo em que as interpretações dos fatos sociais muitas vezes são escoimadas de conflitos e contradições” (MORAES, 2003, p. 36). Para o autor, encontramos as consequências de um sistema comunicacional regida primordialmente pela lógica comercial, por exemplo,

(...) no reduzido mosaico interpretativo dos fenômenos sociais; na escassa pluralidade argumentativa, em razão de enfoques que reiterem temas e ângulos de abordagem; na supremacia de gêneros sustentados por altos índices s]de audiência e patrocínios (telenovelas, telejornais, reality shows); nas baixas influências públicas nas linhas de programação; no despreço pelos movimentos sociais nas pautas midiáticas; na incontornável disparidade entre o volume de enlatados adquiridos nos Estados Unidos e a produção audiovisual nacional (*ibidem*, p. 45).

O trânsito de produtos midiáticos é o principal meio pelo qual a maioria dos indivíduos vai enxergar o mundo e construir sua própria noção de identidade e alteridade. Trata-se de uma mediação simbólica que preenche a lacuna deixada pela ausência da experimentação direta de eventos distantes.

Seguindo a proposta de Arjun Appadurai (1994), acredita-se aqui que esse sistema construa midiapanoramas, dando ao público “vastos e complexos repertórios de imagens, de narrativas e de etnopanoramas” – panorama das pessoas que constituem o mundo em transformação (APPADURAI, 1994, p. 53). Para ele, o papel da mídia na arquitetura de “mundos imaginários” por parte dos indivíduos é tanto maior quanto mais esses estiverem afastados de experiências diretas com aquilo que é midiaticamente representado. Ou seja, sem a vivência, sem a experimentação direta, eleva-se o grau de dependência do público em relação aos conteúdos produzidos pela mídia, alargando, na mesma linha, seu poderio e responsabilidade.

Essas considerações servem para encararmos com algum grau de desconfiança o excesso de culto da sociedade em rede à comunicação. As tecnologias, no caso específico da mídia, podem tornar esse processo desnorteante.

Vivemos dias em que é possível a um telespectador-leitor-ouvinte brasileiro tomar conhecimento do ataque de um homem-bomba no Oriente Médio antes dos familiares das vítimas receberem a notícia trágica.

Constantemente conectado aos suportes de comunicação, o indivíduo experimenta a sensação de poder acessar o mundo, de estar sempre “bem informado”. Contudo, o mundo ao qual ele tem acesso – seja pela televisão, rádio, jornal, internet ou celular – é uma representação limitada do mundo real. A própria estrutura da mídia, em seu sentido global, tende a um processo de homogeneização, seja na forma dos conteúdos, seja na forma de olhar os eventos por ela projetados.

Portanto, da mesma maneira que a euforia da globalização vem cedendo espaço para olhares críticos, o painel da comunicação internacional na sociedade em rede pede observações atentas, capazes de ponderar sua estreita relação com o imaginário social e com as representações culturais. As potencialidades de comunicação dos canais midiáticos não param de crescer e devem ser apreendidas como uma oportunidade de fazer os indivíduos a eles conectados enxergarem o mundo em sua pluralidade, e não através de uniformidades que em pouco ou nada correspondem à complexidade da sociedade global.

Referências

- ABLER, R. Intercommunications, distance and geographical theory. In: *Geografiska Annaler*. Suécia: 62b, 1980.
- APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia cultural global. In: FEATHERSTONE, Mike. (org.). *Cultura global – Nacionalismo, Globalização e Modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- BELTRÁN, Luis Ramiro; CARDONA, Elizabeth Fox. *Comunicação Dominada – Os Estados Unidos e os meios de comunicação na América Latina*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Sociedade da Informação: reestruturação capitalista e esfera pública global. In: *Revista Latina de Comunicación Social*: nº 15, 1999. Disponível em www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/120siquiera.htm. Acesso em: 25 abril 2009.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: *Educação e Realidade*, Porto Alegre, n. 1, 1976.

HESTER, Al. Theoretical Considerations in Predicting Volume and Direction of International Information Flow. In: *Gazette*, n. 19, 1973.

LÓPEZ, Silvana Levi de., ORTEGA, Graciela Uribe. Globalização e fragmentação. O papel da cultura e da informação. In: SANTOS, M. et al. (org.). *O novo mapa do mundo – Fim de século e globalização*. São Paulo: Hucitec, 1997.

MACKAY, Hugh. *Consumption and everyday life*. Londres: Sage/The Open University, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: Mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis de (org.). *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

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

RANGEL, Eleazar Díaz. A notícia na América Latina: mudanças de forma e conteúdo. In: *Comunicação & Sociedade*, São Paulo, n. 5, 1981.

THUSSU, Daya Kishan. *International Communication – Continuity and Change*. Londres: Arnold Publishers, 2000.

ZIPE, G. *Human behavior and the principle of least effort*. Cambridge: Addison-Wesley, 1949.

WAINBERG, Jacques A. Comunicação internacional e intercultural – A luta pelo imaginário social, o temor à segregação e o caso do terrorismo. In: *Civitas – Revista de Ciências Sociais*, Porto Alegre, v. 5, n. 2, 2005.