

Comunicação e globalização na União Européia

Emíli Prado* e Doris Fagundes Haussen**

Resumo

A entrevista trata da comunicação, das indústrias culturais, do papel do rádio e das identidades culturais na União Européia. O entrevistado, *Emíli Prado*, é professor da Universidade Autônoma de Barcelona e diretor do *Euromonitor* e do *Usamonitor*, observatórios permanentes da televisão na Europa e nos Estados Unidos.

Palavras-chave: comunicação; rádio; identidades culturais; União Européia

Resumen

La entrevista trata de la comunicación, de las indústrias culturales, del rol de la radio y de las identidades culturales en la Unión Europea. El entrevistado es *Emíli Prado*, catedrático de la Universitat Autònoma de Barcelona y director de *Euromonitor* y de *Usamonitor*, observatorios permanentes de la televisión en Europa y Norteamérica.

Palabras-clave: comunicación; rádio; identidades culturales, Unión Europea.

Abstract

This interview introduces questions around the subject of communication, cultural industries, the role of the radio and cultural identities within the European Union. The interviewee is *Emíli Prado*, director of the *Euromonitor* and the *Usamonitor* which observes and analyses the programming of broadcastings stations in Europa and United States.

Keywords: communication; rádio; cultural identities; European Union

* Doutor em Comunicação e professor da Universidade Autônoma de Barcelona, autor de *Televisió pública a l'era digital*, com Miquel de Moragas Spa, e *A estrutura da informação radiofônica*, entre outros títulos.

** Professora da Famecos/PUCRS e da Fabico/UFRGS.

Doris Haussen – *O cidadão da União Européia além de pertencer à sua comunidade e ao seu Estado Nacional também passa a fazer parte deste espaço mais amplo que é o do Bloco Comum. Como está se construindo esta nova cidadania?*

Emili Prado – Uma primeira questão a esclarecer é a de que a União Européia é dificilmente comparável a qualquer outra associação de estados porque se trata de uma união política na qual se somam estados com tradições culturais milenares. Claro que há alguns denominadores comuns lógicos porque a história da Europa é a história das mestiçagens ainda que pareça o contrário. Do ponto de vista cultural tem sido um território de soma de culturas e de povos mas, ao mesmo tempo, com personalidades marcadas por uma história de grande diferenciação; com muitos idiomas diferentes, não só no conjunto da União mas dentro de cada estado, e com sensibilidades nacionais diferentes das dos próprios estados que configuram a União. Como consequência, é difícil pensar-se em uma União com um elevado caráter homogeneizante. Este é um fator muito importante a se levar em conta. Isto não tira a força de um projeto de União Européia que, pela própria evolução da economia e da internacionalização no campo do mercado, faz absolutamente indispensável este tipo de uniões para contar no contexto mundial.

Doris Haussen – *E quais as características deste processo?*

Emili Prado – Este processo vem marcado por duas decisões diametralmente opostas: uma é uma decisão de mercado, pura e simples, á qual vai se acrescentando uma visão política e de cidadania. Mas este processo é muito mais lento que o mercado e os elementos diferenciais têm uma presença extraordinária. Onde isto mais se reflete é no campo da cultura e, como consequência, no campo dos meios de comunicação. Por outro lado, a posição política é muito afastada da cidadania, no sentido de que é a superestrutura política que governa esta União, mas o contato entre governantes e cidadãos se faz sempre de forma mediada pelos governos nacionais. No caso dos países que têm estruturas territoriais dentro do próprio Estado, como as comunidades autônomas na Espanha, os “landers” na Alemanha, ou no caso do Reino Unido, por exemplo, é preciso acrescentar outro nível de mediação porque aí está o contato direto entre cidadania e política. Assim, pode-se dizer que a ausência de uma participação política direta na eleição da Comissão Européia é um dos pontos frágeis no avanço da tomada de consciência desta cidadania mais ampla.

Doris Haussen – *Pode-se dizer que se trata de um processo “autoritário”?*

Emíli Prado – Pode-se dizer que a União Européia vem mais “de cima que de baixo”, quer dizer, o processo de consciência popular ou de cidadania é um processo inverso ao que se tem produzido historicamente na criação de uma nação. Este é um sentimento coletivo que se gera politicamente e se constitui em corpo social e portanto com uma grande participação da base. Na União Européia, a noção sobre a importância, a consciência, etc, é uma visão claramente política e que se irradia de cima para baixo. É a visão dos grandes estadistas visionários sobre a constituição da União. E portanto isto se reflete deste modo. O que também é certo é que cada vez mais a cidadania é permeável a estas idéias e as vai adaptando como suas, mas este é um processo muito lento e depende muito das situações conjunturais.

Assim, me parece difícil pensar em avanços espetaculares a curto prazo. Este é um processo lento que não parece ter grandes pedras no caminho no sentido de que isto vai progredir previsivelmente, mas é um problema de gerações. E digo mais, é um problema de gerações ao qual se tem que adaptar não só a cidadania mas também os políticos. Os próprios políticos que “da boca para fora” são unionistas e quando, de repente, sobre uma questão política que até agora era soberania absoluta dos Estados, têm que aceitar uma arbitragem de uma instância superior como a da União Européia, deparam-se com o que é realmente um processo de união. Um processo que é uma cessão de soberania, voluntária, mas uma cessão de soberania dos Estados. Assim esta é uma caminhada lenta e que está ligada à dinâmica dupla entre o global e o local.

Doris Haussen – *Este é um fenômeno mundial ...*

Emíli Prado – Sim, trata-se de um fenômeno absolutamente mundial, quer dizer, por um lado, a evidência da interrelação econômica é manifesta e o movimento da Bolsa de Nova York faz com que todas as demais bolsas do mundo reacionem, ou um problema com o Banco Central Europeu afeta também a Bolsa de Nova York. Os movimentos de interrelação econômica estão claríssimos. Mas, ao mesmo tempo, o público de massas, a cidadania em consequência, está mais inclinada a interessar-se pelo próximo, pois a compreensão do global é difícil. É mais fácil interessar-se pelo que ocorre na esquina do que pelo que ocorre nas bolsas mundiais. São elementos de macro-estrutura que se tornam muito distantes do cidadão mas que, em realidade, o afetam mais diretamente que o acidente de dois

carros na esquina. Mas, em nível de consumo de comunicação isto não se reflete. E isto se passa nos Estados Unidos onde tem primazia a divulgação de acontecimentos de uma grande proximidade, com um localismo exacerbado em comparação com o que se encontra na Europa, por exemplo. Há um desinteresse não só pelo que ocorre no mundo senão pelo que pode ocorrer nos próprios Estados Unidos. E esta é uma tendência de fácil constatação: por um lado há uma globalização incontornável e, por outro, uma reação cada vez mais localista no consumo da comunicação.

Doris Haussen – *O senhor percebe uma contradição neste fato?*

Emílio Prado – Ainda que aparentemente seja uma contradição, há uma lógica profunda neste processo - ao maior distanciamento do cidadão da superestrutura econômica e política corresponde uma necessidade mais forte de instâncias de proximidade. Portanto, ainda que possa parecer o pior momento para a emergência de unidades de auto-governo sob os Estados, creio que nunca, como agora, a história tem tido uma corrente natural, não ideológica, mais a favor deste tipo de experiência. Numa situação de estado forte, centralista, seria muito mais complicado lutar por um reconhecimento nos âmbitos de auto-governo e de autonomia. Os movimentos no próprio Reino Unido confirmam esta hipótese, com os referendos na Escócia e Gales, porque estes sentimentos sempre existiram e já havia um certo reconhecimento de que é muito difícil de se imaginar um estado jacobino forte convivendo com uma superestrutura da União.

Uma das vias de canalização das proximidades da administração dos diferentes territórios é precisamente o reconhecimento de unidades menores quanto à dimensão mas que estão ligadas pela proximidade da administração e à União com uma consciência de particularidade, de pertencimento. Esta outra idéia de globalidade aceita a soma de identidades menores que não apenas as grandes macro-estruturas estatais somadas ao resto de micro-estruturas que compõem a União. Assim, creio que não seja um mau momento para uma nova concepção de uma estrutura política, de novo cunho, em uma grande União.

Me parece que esta dialética entre a administração próxima e a macro-estrutura de uma administração global é de um modelo fácil onde a maior interrogação reside em saber por quanto tempo e em que medida o papel do Estado tradicional na Europa tem sentido. E este é um debate que não está feito. Entre outras coisas, dá medo a muita gente.

Doris Haussen – *De que forma os meios de comunicação da União Européia estão refletindo esta globalização?*

Emili Prado – No campo dos meios de comunicação há um freio também à globalização no sentido, por exemplo, de que por um lado existe um meio potente capaz de cobrir o conjunto dos territórios que são as diferentes estruturas dos sistemas audiovisuais em cada um dos países mas, por outro, há a dificuldade da língua como elemento barreira em qualquer processo de globalização. Isto faz com que se possa observar, no campo da produção cultural e na produção da comunicação em particular, um escasso nível de presença de circulação dos produtos culturais entre os diferentes países da União. Fazendo-se uma análise dos conteúdos e das programações da televisão, por exemplo, o denominador comum mais importante entre os diversos países da União é a produção americana e não a européia. Circulam mais, por todos os países, referentes culturais de produção audiovisual de matriz norte-americana do que da européia, que têm grandes barreiras à circulação. Isto porque não havia uma estrutura de distribuição adequada a esta circulação uma vez que as indústrias audiovisuais estatais eram muito mais débeis frente à potente indústria norte-americana. Também porque houve uma certa tradição - não há como negar - de viver a diferença como barreira em vez de como diversidade. E isto se refletiu no mundo da comunicação.

Doris Haussen – *E no que se refere ao rádio?*

Emili Prado – No caso da rádio este problema é muito mais patente. Inclusive no âmbito em que a língua é importante mas que tem um elemento mais secundário como é o caso da música pop, ou rock, ou moderna em geral, que alimenta grande número de horas de programação de rádios em todo o mundo. Ou seja, o elemento comum é a música anglo-saxã que está presente em todas as antenas da Europa, mais que os produtos musicais de raiz européia. E no campo da informação, a colocação é mais da observação desde cada plataforma local (chamando de “local” a cada Estado da União) ao que ocorre aos países de relevo na União porque sempre foram geradores de informação transcendente. Isto de um lado. De outro, o que diz respeito à geração de informação da macro-estrutura do governo que seria a Comissão Européia como governo da União. Mas sempre medida pela ótica do “local” (do Estado).

Quanto ao papel do rádio no processo de globalização creio que, ainda que o veículo esteja muito presente na economia e no que tem de

indústria, a sua participação estará muito limitada, pelo menos a curto prazo. O que se pode pensar é que vai ser afetado no nível da propriedade dos meios. Aí sim, os processos de aliança, a multimídia na Europa vão produzir interconexões que, de momento, se manifestaram em muito menor medida no rádio do que em outros setores do audiovisual, de grupos de comunicação nos que o rádio tem um papel mais subsidiário como indústria. Assim considero que não é previsível, a curto prazo, um processo de globalização de conteúdos no rádio europeu e só subsidiariamente deverá haver um processo de globalização na indústria. Mais pela existência de grandes conglomerados multimídia, em que uma empresa importante tem interesse na TV, na tecnologia a cabo, nas telecomunicações, no rádio, na imprensa, etc. e não que se produzam movimentos que afetem a só um ramo industrial, como seria o rádio dentro do conglomerado das indústrias culturais. Isto seria uma primeira constatação sobre a ausência de um espírito de globalidade no tratamento dos conteúdos da rádio. Pode-se observar, também, pelo simples acompanhamento de quais são as operações de configuração empresarial.

Do ponto de vista de como isto afeta ao rádio, me parece que o maior aporte que este meio de comunicação pode fazer à União Europeia - um veículo que tem esta característica de proximidade tão acentuada, seria potencializando o seu papel como instrumento de produção cultural no âmbito linguístico, da cultura, da proximidade no tratamento dos temas que afetam ao cidadão através da política da administração. Também introduzir estes elementos de reconhecer-se na União maior. E eu creio que aí é mais fácil que a rádio jogue este papel do que outros meios de comunicação. Porque a permeabilidade é maior e o tratamento que se faz destes temas se aproxima frequentemente às suas consequências cotidianas, coisa que ocorre menos com um tratamento global. Isto porque nos parâmetros do Estado, caímos em notícias macro-estruturais, etc., enquanto o que é repercussão do dia-a-dia e portanto esta "gotinha" que vai criando a consciência de que tudo está inter-relacionado, isto se dá mais no tipo de informação que pratica a rádio e não nos diários de referência da TV.

Doris Haussen – *Como sobrevivem as indústrias culturais locais neste novo contexto?*

Emili Prado – Este é um tema complexo pois está calcado em uma potente indústria. É o problema com que manejam as indústrias culturais – há uma relação direta entre a existência de uma indústria potente e sua

projeção. Quer dizer, por esplêndida produção musical que houvesse na Espanha, na Catalunha, na União Européia, em um território determinado, o volume de produção cultural - neste caso musical, que devoram as rádios - é totalmente impossível de subministrar desde uma indústria local, sob pena de não ser competitiva. A música moderna constitui-se em uma linguagem universal independentemente - e isto também é um paradoxo - de que as pessoas que seguem este tipo de música entendam ou não a língua em que foi produzida. Há uma linguagem universal que é a música em si mesmo, a pop, o rock, e naturalmente isto está absolutamente ligado a uma nova definição do que chamamos identidades culturais. E se há um âmbito em que a globalização é um fato enquanto a conhecimento é no da música moderna. Assim, outra vez mais, quem tem a matriz industrial importante para subministrar e conhece os pontos de distribuição e maneja bem estes circuitos e as operações de marketing que acompanham a difusão musical são os que tem proeminência. Isto faz com que se viaje por qualquer parte do mundo e resulte familiar a rádio musical, pois é a mesma com um acento maior ou menor. Aqui, o que ocorreu, e nos últimos anos de maneira muito acentuada, foi a mestiçagem entre a música latina, a anglo-saxônica, os empréstimos entre as culturas musicais cada vez maior. Mas a matriz dominante continua sendo da música anglo-saxônica.

Doris Haussen – E como ficam as identidades culturais?

Emili Prado – Eu creio que a identidade cultural que antes era muito mais fácil de identificar a partir de parâmetros linguísticos, políticos, da existência ou não do reconhecimento de soberania, etc. nestes momentos está muito mais esmaecido. Isto tudo é importante, é claro, e não sou eu quem vai negar, mas me parece que interpretar a identidade com base no que está sucedendo hoje nos obriga a repensar quais são os elementos que mantêm a consciência de pertencer a uma unidade concreta que não está ligada com a globalidade. Eu creio que o maior antagonista de uma identidade cultural é o localismo isolacionista. Ninguém hoje, em seu perfeito juízo, pode pensar em levantar barreiras que nos protejam de outras influências culturais. Creio que a mentalidade positiva é como integrarmos outros elementos diversos de outras culturas em nossa própria produção cultural, como ferramenta.

Nossa identidade dependerá cada vez mais de nossa capacidade de produzir, de criar, etc. Se somos capazes de dispor de instrumentos que

facilitem nossa presença “ portas adentro e portas afora ”, o que fará com que sejamos reconhecíveis no âmbito cultural será nossa capacidade de produzir elementos que levem uma marca de identidade, que façam que nossos cidadãos se reconheçam nelas, que quando vejam uma película catalã ou espanhola entendam que aí tem seus referentes, e lhes agrade, e seja competitiva. E que quando os outros, que terão cada vez mais acesso à produção cultural de não importa onde no mundo, reconheçam que existimos porque apreciam os nossos produtos culturais, porque apreciam a sua qualidade e, portanto, voltamos ao tema da competitividade, e aí está a grande defesa. Não estabelecendo barreiras porque é impossível e inviável neste processo de globalização, que além de tudo o que discutimos, está absolutamente favorecido pela globalização tecnológica. Neste novo estágio, é absolutamente inviável levantar muros, o que é preciso é levantar personalidade. Se somos capazes de criar com personalidade, aí está a raiz da sustentação da nossa identidade. Do contrário, é apenas uma questão de tempo - a assimilação ou perda de identidade em um magma global em que seria difícil identificar uma produção cultural catalã de uma francesa ou de uma americana.

Doris Haussen – *Que elementos poderiam influenciar neste processo?*

Emíli Prado – A raiz que fundamenta esta nova aproximação à defesa da identidade tem que colocar seu acento essencial à criação; dar-lhe instrumentos de caráter industrial, de formação, de competência para potencializar o que temos de melhor. No caso de unidades pequenas como pode ser a Catalunha no conjunto mundial, o fundamental é dispor de infra-estruturas de produção, de talento, de saber fazer que faça com que nossa produção cultural seja “apetecível” para os de dentro, e postos a selecionar na grande vitrina que é hoje o mundo da cultura, através de todos os canais que nos chegam de todo o mundo, que eleja aqueles de produção própria porque “me gratificam”, e não por militância, porque isto se faz durante um tempo mas depois satura. O consumo não se pode obrigar por decreto. Nesta situação a única possibilidade de sobreviver é com a criatividade motivada por uma ação política impulsionadora de uma infra-estrutura industrial capaz de fazer emergir, com competitividade, os talentos criativos do seu âmbito territorial.

Doris Haussen – *A política de “cotas” sobrevive nesta nova realidade?*

Emíli Prado – Temos aplicado, de maneira geral, como política de proteção

à cultura e da identidade, tanto em nível europeu como nos âmbitos estatais, o que se chama a política de cotas, quer dizer, há uma proporção de produção própria, de produção europeia e o resto de fora. Isto há cinco, dez anos era possível. Na atualidade é puro exercício retórico. Com a irrupção de novas redes, com a multiplicação de canais, etc., a política não pode ser de cotas porque não é previsível. E sobre isto há uma piada: é impossível que a mim, como cidadão, me dêem uma tarjeta com um chip que me permita ver tantas horas de produção nacional, ou consultar através da rede tantos webs de produção nacional, tantos de produção europeia e tantos de internacional e quando me acabam as horas de internacional já não se pode aceder. Hoje isto não é possível. Portanto a única forma para defender a presença, no consumo dos cidadãos, de um âmbito territorial de produtos de raiz cultural local é que sejam competitivos, que tenham uma indústria forte para subministrar produção a estes canais que se multiplicam até o infinito.

Portanto, neste mundo global, só com qualidade para ser competitivo pode-se defender a identidade. Mas também há as inércias do mercado, há processos transitórios. Assim eu entendo que um governo possa incentivar a emergência desta criatividade e um dos elementos básicos é a visibilidade. Se não se deixa um lugar para estar na vitrine o produto fica oculto e, por criativo que seja, não será valorizado. Assim, a combinação está em expor e permitir competir. Mas isto não garante nada se os produtos não são competitivos. Durante muito tempo o erro aqui na Europa foi pensar que bastava colocar limites para os outros. Não, temos que garantir a nossa presença, mas de duas maneiras: oportunizando canais e, ao mesmo tempo, impulsionando uma indústria competitiva que ponha nesta vitrine produtos realmente capazes de competir em igualdade de condições com o que houver de melhor.

Quem é Emíli Prado

Emíli Prado é catedrático de Comunicação Audiovisual e Publicidade da Universidade Autônoma de Barcelona e diretor do Euromonitor e USA Monitor, observatórios permanentes da televisão na Europa e nos Estados Unidos. É também presidente do Prêmio Möbius Barcelona Multimídia e diretor do CanariasMediaFest - Festival Internacional de Vídeo e Multimídia das Ilhas Canárias.



Na Universidade Autônoma de Barcelona ocupou o cargo de decano da Faculdade de Ciências da Comunicação, enquanto na Universidade de Santiago de Compostela foi decano e fundador da Faculdade de Ciências da Informação. Atuou como professor e pesquisador convidado de instituições em vários países, como as Universidades de Quebec, no Canadá; da Califórnia, em Bekerley; de Pisa; de São Paulo no Barsil; de Burdeos; Leonardo Davinci, em Paris, além de diversas universidades es panholas.

É autor de diferentes livros sobre rádio, televisão e tecnologias da informação e da comunicação. Entre os títulos mais recentes estão *La televisión Pública a l'Era digital* (Pórtic, Barcelona, 2000) e *Les televisions locals a Catalunya. De lês experiències comunitaries a les estratègies de proximitat* (CAC, Barcelona, 2002), ambos produzidos em colaboração com Miquel de Moragas. Elíli Prado participou ainda de inúmeras coleções, entre as quais "Telerealidad: Globalización y uniformización", de J. Vidal Beneyto (La Ventana Global, Taurus, Madrid, 2002); "La televisión del siglo XXI: entre la espectacularización de la realidad y la realidad espectacular, de P. Lobatón; "La televisión en tiempos de guerra" (Gedisa-ATV, Barcelona, 2002); "La espectacularización de la realidad", de J.R. Pérez Ornia; e e *El Anuario de la Televisión 2003* (GECA, Madrid, 2003).

No campo profissional, entre 1973 e 1986 Emíli Prado desenvolveu inúmeras atividades nas áreas de rádio, televisão e jornalismo impresso.