

Estrutura da informação na Comunidade Económica Europeia*

Fernando Quirós Fernandez *

Da mesma forma que o sistema norte-americano, o sistema de meios de comunicação europeu evoluiu desde o final da II Guerra Mundial. Noutras palavras, o poder de informar foi concentrando-se em poucas mãos, e as pequenas empresas desapareceram ou foram adquiridas por empresas maiores. A capacidade de ser emissores no processo de comunicação deixou de ser pluralista para concentrar-se nas novas empresas multimédias.

O controle indiscutível da comunicação mundial exercido pelos Estados Unidos da América impôs um modo muito particular de entender a informação. O princípio do "free flow of information" pode impor-se como princípio universalmente aceite e, deve-se dizer, com a adesão unânime dos países da Europa Ocidental, deu-se início à corrida da transnacionalização da informação. Um Japão reconstruído, pouco tempo depois, mostraria ao mundo sua imensa capacidade tecnológica. Os países europeus, talvez demasiado tarde, deram-se conta de que o mesmo sistema que lhes permitia ter uma posição vantajosa nas relações Norte-Sul ameaçava submetê-los numa dupla dependência cultural e tecnológica.

1. A ACELERAÇÃO DO PROCESSO DE CONCENTRAÇÃO DA PROPRIEDADE NA EUROPA OCIDENTAL

Do mesmo modo que nos Estados Unidos, a conglomeração é o produto do movimento de fusões, que teve uma aceleração notável desde meados dos anos cinquenta. Entre 1957 e 1968, cerca de um terço das companhias que cotizavam no London Stock Exchange

* Tradução de Pedro Gilberto Gomes.

* Professor Doutor da Faculdade de Ciências de la Información da Universidade Complutense de Madrid, Espanha.

desapareceram mediante fusões e aquisições. Reforçou-se o poder das "firmas líderes" nos setores principais, produzindo-se um novo tipo de corporações: os conglomerados.

A conglomeração dar-se-á de duas formas: Conglomerados Gerais e Conglomerados de Comunicação. Os primeiros formam-se pela entrada no setor de meios de comunicação de companhias que até o momento haviam se mantido à margem deste setor. Os segundos, pela entrada de empresas de comunicação noutros setores. Este tipo de conglomerados opera principalmente, ou somente, "desde" a indústria dos meios de comunicação, utilizando suas operações neste setor para entrar noutros.

Evidentemente, a concentração não aponta somente para o controle da gestão dos meios, mas para o controle monopolista da informação.

Em 1975, o Conselho Europeu tornou público o Informe do Comitê de Especialistas, encarregado de estudar a concentração da propriedade dos meios. De acordo com este informe:

. Entre 1955 e 1973, "o número de unidades de redação independentes, isto é, de unidades que funcionem isolada ou autonomamente e que estejam dotadas de todos os meios necessários (seja qual for o grupo ou pessoa que exerça o controle efetivo), diminuiu em quase 35%;

. A tiragem total do conjunto de periódicos cresceu em aproximadamente 30%, enquanto a população aumentou só 17%;

. A porcentagem média da tiragem total dos periódicos controlados pelos quatro proprietários de imprensa mais poderosos (pessoas físicas ou jurídicas) elevou-se aproximadamente de 35 a 45%;

. O número de localidades que dispunham de, pelo menos, uma unidade de redação independente decresceu em 25%.

Por tudo isso, o Conselho da Europa, em 23 de janeiro de 1976, aprovava a recomendação 747, na qual, entre outras coisas, expressava "sua preocupação causada pelo perigo virtual que corre a diversidade de imprensa em virtude de o mercado da informação vir sendo repartido entre um número cada vez mais reduzido de jornais ou cadeias jornalísticas".

Como veremos a seguir, apesar das preocupações do Conselho, o mercado da informação continuou concentrando-se ao longo das décadas de setenta-oitenta. Num primeiro momento tratar-se-á de concentrações de editores, mas, pouco a pouco, aparecerão empresas com interesses em vários meios. Os casos mais notáveis desta concentração aconteceram na Grã-Bretanha, França, Alemanha Federal e Itália.

GRÃ-BRETANHA

De 1949 a 1980 ficaram arruinados 18 diários e revistas, passando a imprensa britânica a ser controlada por quatro grupos. Somente 20% das publicações podiam considerar-se independentes dos grandes consórcios.

Beaverbrook Newspapers: 3 diários e 1 semanário.

Associated Newspapers: 17 diários, vários semanários regionais.

Daily Mirror: 5 diários, 20 semanários e mais de 140 títulos de revistas especializadas.

Lhomsun: 100 diários, vários semanários e revistas especializadas.

No Reino Unido trata-se de um fenómeno que, inclusive, atingiu um setor que se havia mantido à margem da tendência geral, ou seja, dos semanários locais. Em 1947, supunham 8% do mercado, mas em 1976 haviam alcançado 25%.

Pearson diversificou-se a partir do final da II Guerra Mundial, entrando no ramo de cerâmicas, petróleo, banco e jornais locais. Do mesmo modo que outros conglomerados, incrementou sua presença no setor da comunicação desde 1950. Em 1957, o grupo adquiriu *The Financial Times* de uma família irlandesa e conseguiu uma importante minoria de ações no holding de imprensa de Lord II life's (BPM Holdings), o quinto editor de jornais locais do Reino Unido. Entre 1950 e 1960 realizou uma série de pequenas aquisições para penetrar no setor de imprensa semanal e quinzenal. Em 1974 possuía 96 títulos (o triplo que em 1941), com o que tomou o caminho que o conduziria a ser o grupo mais importante no setor. No final dos anos sessenta penetrou no setor de livros, ao adquirir a editora Longman (1968) e fundir-se com a empresa líder no setor, Penguin Books (1970). Pearson é um exemplo de conglomerado cujos interesses em comunicação são secundários com relação a outras áreas da indústria. Os conglomerados foram muito ativos no setor de imprensa no Reino Unido, com a aquisição pelo Trafalgar House's do Grupo Beaverbrook, a compra por Lorho's de *The Observer*, adquirindo notável participação na imprensa escocesa através de *Scottish and Universal Investments*.

Na Grã-Bretanha, a maior parte do capital da chamada televisão independente está em mãos dos mais poderosos trustes da imprensa que, dessa maneira, desde o início mesmo da televisão comercial e do sistema privado de rádio, asseguraram sua participação nos lucros.

Os lucros obtidos na televisão comercial foram a principal fonte de recursos para a diversificação. As cinco principais companhias da televisão privada britânica estão dentro deste padrão. Granada Group Ltd., proprietária da segundo rede privada, possui afóra interesses em edição de livros, cinema, clubes de bingo, motocicletas e edições musicais. Da mesma maneira, a ATV entrou no ramo de discos, promoção e exibição de filmes. A London Weekend Television, por sua vez, comprou a mais importante empresa de publicações (Hutchinson). Outros conglomerados, como a EMI, edificaram seus impérios desde o boom da indústria de entretenimentos que se seguiu ao final da II Guerra Mundial.

FRANÇA

O setor de meios impressos francês atravessou uma aguda crise durante os anos setenta, na qual, não obstante, o potentíssimo grupo Hachette consolidou sua condição de líder, e o grupo Hersant experimentou uma expansão verdadeiramente meteórica.

Em meados de 1977, Hersant possuía dois diários nacionais, onze provinciais, dez periódicos não-diários e dezenas de periódicos locais. A Sociedade Hersant aproveitou-se da ruína do grupo Prouvost, obtendo em 1975 o prestigioso diário *Le Figaro*, além de uma participação de 50% no capital do *France Soir*, em 1976.

A partir destas posições, Hersant pôs em marcha a "regionalização" de *Le Figaro*.

A imprensa regional foi paulatinamente desaparecendo, vítima de graves dificuldades econômicas e da voracidade dos grandes consórcios. O quadro seguinte mostra o número de diários regionais em 1980. Nesse ano, somente sete cidades provinciais contavam com mais de um diário.

CIDADES PROVINCIAIS COM MAIS DE UM DIÁRIO EM 1980

Le Havre	2	Dijon	2
Limoges	2	Bastia	3
Pau	3	Marsella	3
Lille	4		

Também é digna de nota a concentração vertical e a participação de conglomerados não especificamente de comunicação.

A empresa automobilística Matra (cujo proprietário, Sylvain Floriat, também domina a firma Engins, do setor de metal), por meio da sociedade Aigle Azur, controlou 33% do periódico mensal *Lui*, e obteve uma notável participação nas emissoras periféricas de rádio e televisão.

A empresa CSF era proprietária até 1960 de 16% do capital da RTL (Luxemburgo). O semanário de televisão, *Télé Sept Jours*, detinha essa participação, ao mesmo tempo em que outro grupo da indústria eletrônica, Schlumberger, detinha 12%. Havas e as empresas belgas Bruxelles-Lambert completavam o quadro acionário. Ao mesmo tempo, Sofirad e Matra eram os acionistas mais importantes da emissora de rádio Europe 1.

A partir destas posições, as duas empresas iniciaram uma ampla política de inversões no campo jornalístico. A RTL adquiriu a revista de televisão *Téléstar*, um diário regional, e participação na revista *Actuel*. De sua parte, Europe 1 entrou na imprensa desportiva, na revista *F. Magazine* e em periódicos dedicados a jovens. Contudo, a concentração avançou mais ainda.

O grupo empresarial Matra (Europe 1) tomou o controle do grupo editorial Hachette (com grande presença nos meios impressos, e cuja divisão audiovisual, *Télé Hachette*, diversificou suas produções criando um departamento de filmes industriais, e a sociedade Videogram, com o propósito de produzir novos programas. Em Videogram encontram-se, além de diários, cadeias de cinemas e outras empresas editoriais). Desta forma apareceu o primeiro grupo multimedia francês: Matra-Hachette-Europe 1. (Europe 1 firmou acordos de co-produção cinematográfica com a Rádio Monte Carlo, aparecendo *UGC* e *Parafrance*.)

Hachette é proprietária, também, de empresas de fabricação de papel de imprensa, de aluguel de carros e de haras de cavalos de corrida.

No que se refere à conexão dos consórcios de comunicação em informação com os centros franceses de poder econômico, Hachette estava unido ao Banco de Paris, enquanto a ascensão meteórica de Hersant foi apoiada por diversas entidades financeiras.

ALEMANHA FEDERAL

A imprensa alemã, apesar da grande variedade de títulos, acusa, desde a "reconstrução", um crescente processo de concentração. Em 1976 existiam somente 121 redações autônomas, de um total de 1.200. Rapidamente os conteúdos se uniformizaram, favorecendo o crescimento de grandes impérios jornalísticos a partir das editoras Springer e Bertelsman.

Em 1977 os cinco grandes consórcios controlavam 45% da informação. Neste mesmo ano, 70% do mercado estava controlado por estes cinco consórcios.

O grupo Springer consolidou sua expansão no setor jornalístico, controlando diários (*Bild* e *Die Welt*), semanários (*Hör Zu*, *Dialog*), empresas editoriais (*Ullsteins GmbH*), agências de notícias (SAD e Springer Islandas-Dienst) e indústrias gráficas. O grupo controlava em 1978, 17% das revistas e 29% dos diários. Sua presença era abrumadoramente majoritária em Hamburgo e em Berlim Ocidental, onde possuía 69% dos meios impressos.

Em 1978 lançou um ataque decisivo para controlar totalmente o mercado berlinense. Já em 1976 pertenciam a Springer 76% da tiragem dos periódicos e 75% dos ingressos de publicidade. Em fins deste mesmo ano, Springer inicia a conversão do berlinense *Die Welt*, destinado a leitores de elite, que não se publicava desde 1974. Nestes dias, cria-se uma sociedade de publicidade entre a edição berlinense de *Die Welt* e o diário *Berliner Morgenpost*. A operação não era uma simples expansão do grupo, mas uma ofensiva em toda a regra contra o diário *Der Tagesspiegel*, o único que ainda era uma concorrência séria na antiga capital alemã.

Ao mesmo tempo, a editora Mann, também em Berlim Ocidental, passava a integrar-se ao grupo. Visto que o grupo Bauer obtinha bons

dividendos com sua revista *Bravo*, funda *Musik Joker* (ambas revistas ocupavam-se da música popular). Springer obteve, além disso, participação majoritária no holding Interpapel (Suíça), que controla diversas fábricas de papel.

Bertelsman, além de tomar rapidamente o controle de muitos meios alemães, internacionalizou suas atividades e entrou na Áustria, Espanha, Holanda, França, Inglaterra e Itália. Em 1976, sua cifra de negócios era de 885 milhões de marcos.

As revistas *Stern* e *Brigitte* representavam, por si sós, 65% dos ingressos do grupo. Através do Grupo Gruner und Jahr y Co., Bertelsman expandiu e diversificou suas atividades notavelmente no setor da imprensa. Bertelsman, utilizando como ponta de lança a editora Bertelsman Lesering, expandiu suas atividades para toda a Europa, e entrou firmemente no setor jornalístico, no musical e no audiovisual. De todas as operações de Bertelsman, sem dúvida a que lhe deu grande parte de seu poder na Alemanha e fora dela foi a aquisição de Gruner und Jahr (que controla desde 1922). Através da fundação Polytransfer Print entrou na impressão têxtil, gerindo a mais importante empresa da Europa neste setor.

Ambas empresas editoras se relacionaram com as multinacionais da eletrônica Siemens e Phillips, criando a filial comum Polymedia (especializada em audiovisual).

A criação de monopólios regionais por sua vez, é uma constante na República Federal. É o caso dos seguintes grupos:

WAZ: que dominou mais de vinte anos a imprensa regional da zona do Rhur e estendeu seus tentáculos ao longo de toda a fronteira germano-holandesa. Desde 1945 controla 17 diários; adquire a editora da revista *Welt am Sonnabend* (Düsseldorf), criando um consórcio jornalístico regional de dimensões similares às de Springer. Em 1977 a tiragem total do grupo superava a casa de um milhão de exemplares diários e, com a edição de suplementos dominicais em todos os meios, chegou a 1.300.000 exemplares. WAZ conseguiu participação majoritária numa sociedade de transportes marítimos de Hamburgo, numa sociedade de impressão de formulários, a fábrica de papel Holtzman y Co. (um dos maiores fabricantes de papel da RFA), convertendo-se num consórcio diversificado com lucros anuais de milhões de marcos.

ACN: Companhia impressora que surgiu a partir dos diários regionais *Stuttgarter Zeitung* e *Hannoversche Allgemeine Zeitung*. De igual maneira adquiriu os periódicos *Westfaler Neue Zeitung* e *Giesener Anzeiger*. O volume total da tiragem é de 1.400.000, calculando-se os leitores de seus meios impressos em cerca de três milhões.

Por outra parte, algumas relações dos consórcios jornalísticos com outros centros de poder na RFA evidenciaram, nestes anos, a conexão dos grupos políticos e financeiros com a política de fusões e compras do setor de comunicação em informação. Deste modo, podem-se estabelecer as seguintes relações para o ano de 1980:

Süddeutsche Zeitung/Deutsche Bank e Dresdner Bank;
Stuttgarter Zeitung/Grupo Bosch (eletrônica);
Frankfurter Allgemeine Zeitung/Monopólios de diversos ramos,
sobretudo da indústria química;
Springer/Deutsche Bank;
WAZ/Indústria pesada do Ruhr.

ITÁLIA

O grupo Rizzoli (unido com o consórcio químico Montedison) incorporou a seus cabeças-de-rede o influente diário siciliano *Il Giornale de Sicilia*. Somente em 1976, Rizzoli adquiriu oito diários ou conseguiu participação decisiva em seus capitais, como é o caso de *Il Corriere de la Sera* e *Il Messaggero*.

Na segunda metade dos anos setenta, a concentração da imprensa acentuou-se notavelmente. No prazo de um ano (1977), desapareceram, por problemas financeiros, três importantes diários de capitais: *Il Globo*, *Il Giornale de Itália* e *Momento Sera*.

Com o objetivo de avançar na tecnologia educativa, encontramos aliadas na Itália as empresas industriais Montedison, IBM-Itália e Pirelli, com a empresa aérea Alitalia. Por outro lado, a presença do grupo Hachette, na França, e a agressividade das editoras alemãs Bertelsman e Springer, produziu novas alianças tanto nacionais quanto internacionais. O grupo empresarial emergente estará controlado pela empresa Fiat, isto é, pela família Agnelli. A Fiat possuía a editora Fratelli Fabri Editori. Ao lhe ser arrebatada uma participação de 20% pela empresa norte-americana Paramount Pictures, respondeu com a compra nos Estados Unidos da Batman Books, adquirindo com isso um catálogo de 1.500 títulos. Fora a Fabri, a Fiat controla as editoras Bompiani, Adelphi, Boringhieri e Sonzogno. Possui o diário *La Stampa* e participa das ações do *Corriere della Sera* e de *Espresso*.

Em junho de 1976 o processo de concentração da imprensa e a penetração de capitais estrangeiros nos meios italianos aumentou de maneira notável. Em apenas um ano desapareceram três diários. Ao mesmo tempo, capitais suíços (*Tribune de Genève* e *Journal de Genève*) entraram no semanário *Tempo*, o mais antigo do país.

Estes quatro casos são os mais notáveis no processo de concentração da propriedade na Comunidade Econômica Européia. Não obstante, a mesma tendência é constatável no conjunto dos países comunitários. Deste modo, o aparecimento de novos grupos, o reforço dos existentes podem ser apreciados em países com sistemas de meios mais modestos que nos quatro casos analisados anteriormente. Como exemplo, vejamos os seguintes:

Grupo Rossel (Bélgica) — Controla os diários de língua francesa *Le Soir*, *La Meuse*, *La Lanterne* e *La Nouvelle Gazette*. Somando as tiragens de seus líderes regionais, alcança os 435.000 exemplares. Desde 31 de maio de 1983, o acionista majoritário de Rossel é o Grupo Hersant. Robert Hersant conseguiu afastar Jacques Declerq, bisneto

do fundador do periódico. O grupo é proprietário, além disso, de uma agência de viagens e de uma grande livraria em Bruxelas.

Berlingsje Tidende (Dinamarca) — Além do diário que dá nome ao grupo (conservador independente fundado em 1749), publica alguns diários provinciais, com cerca de um quarto da tiragem total da imprensa diária. Esteve controlado desde a sua fundação até 1982 pela família de E. H. Berling.

Newspapers Ltd. (Irlanda) — Faz parte do grupo industrial e financeiro de grandes dimensões. O proprietário é Tony O'Reilly. Publica *Irish Independent* e *Evening Herald* (matutino e vespertino, respectivamente) e o semanário *Sunday Independent*. É um grupo ligado à conservadora Igreja Católica da Irlanda.

O aparecimento dos novos meios (cabo e satélite de difusão direta) será o determinante de novos processos de concentração, nos quais as posições de vantagem adquiridas pelos grupos editores será chave para definir os verdadeiros emissores da comunicação europeia.

Desde finais dos anos setenta, as televisões europeias tendem a internacionalizar-se e descentralizar-se.

A internacionalização (recepção de sinais de TV não-nacionais desde um ou vários países) preocupou seriamente Grã-Bretanha, Suécia e Holanda, que constituíram comissões especiais para analisar os efeitos da crescente internacionalização das emissões televisivas. Mais uma vez, a questão central é: não se pode paralisar o progresso tecnológico e a internacionalização é positiva. Mas quem controla o sistema de comunicação? Quem produzirá as informações? O equilíbrio dos fluxos informativos está verdadeiramente garantido?

2. OS NOVOS MEIOS AUMENTAM A CONCENTRAÇÃO

O marco institucional

As iniciativas para criar um espaço audiovisual europeu, isto é, conseguir uma indústria europeia forte, sã e independente, colidiram, paradoxalmente, com a estrutura de propriedade nos países desta comunidade.

Em 1986, a Comissão europeia apresentou duas propostas e um programa de ação em favor da produção audiovisual europeia ao Conselho de Ministros. O objetivo era eliminar as dificuldades técnicas (existência de dois sistemas de televisão na Europa: PAL e SECAM) e jurídicas (dispersão das legislações nacionais).

Antes que a Comissão abordasse os problemas dos novos meios de comunicação, algumas iniciativas nos Estados dispararam o alarme: a possibilidade de que a curto e médio prazo a CEE se encontrasse numa situação de dependência cultural e tecnológica. O Informe Breddin (1985) demonstrou que de 1980 a 1985 a produção francesa diminuiu em 30%, enquanto a importação de programas o havia feito em 75%. Informes encarregados pelo governo da Grã-Bretanha anunciavam que 30% das produtoras era deficitária. Na França subsistiam somente

quatro sociedades de distribuição. Junto a isso, outro dado preocupante: a produção de uma hora de ficção na Europa era dez vezes mais cara do que uma hora das famosas séries norte-americanas que inundavam o mercado mundial. Percebia-se, agora, em toda a sua magnitude, o problema gerado pela pouca atenção prestada à produção nacional e à distribuição na década de setenta, enquanto, nesses mesmos anos, as grandes empresas norte-americanas deixaram de interessar-se prioritariamente pela gestão direta dos meios e se haviam esforçado, com êxito, em controlar a distribuição mundial de programas audiovisuais.

Não obstante, é certo que a CEE — como instituição — havia se ocupado desde 1982 com tudo o que se refere aos fluxos transfronteiras de programas de rádio e televisão. Data deste ano o informe *Realidades e tendências da televisão na Europa*. Dois anos mais tarde, publicava-se o “livro verde” *Televisão sem fronteiras*.

Em 1986 a preocupação da Comunidade Européia ficava bem patente:

“Uma coisa é segura: nenhum país da Comunidade, isolado, encerrado no seu mercado nacional, será capaz de produzir, em condições competitivas, o volume de equipamentos e programas exigidos pelo desenvolvimento tecnológico e pela multiplicação do número de canais que podem ser captados. A alternativa, pois, é bem clara:

- * ou reforçar o intercâmbio europeu, aprofundando uma cooperação comunitária que permita promover a identidade cultural, sumamente diversificada, de nosso continente;
- * ou entregar-se aos projetos — e aos modelos culturais — de poderosos grupos norte-americanos ou, inclusive, amanhã, japoneses, alheios à Comunidade.

A Comissão já optou. Propõe aos Estados-membros a adoção de uma série de medidas destinadas a responder às mudanças tecnológicas e industriais em curso, a garantir a livre circulação de emissões em toda a Comunidade e a reforçar a capacidade européia de produção e difusão”.

Portanto, a preocupação comunitária era tanto tecnológica quanto cultural. A Comissão tinha meridianamente claro que a importação de tecnologia traria a reboque a dependência cultural.

Tecnologicamente, os satélites e o cabo permitem ignorar as fronteiras, pondo os olhos no imenso doce publicitário que os satélites aproximaram. Haveria a possibilidade de ver saltar em pedaços as barreiras fronteiriças. A Europa mobiliza-se, busca seus sinais e se lança numa corrida desenfreada. Mas a carreira é sobretudo uma prova de velocidade para preservar o mercado publicitário dos ataques norte-americanos. Como veremos a seguir, a preocupação estava (e está) mais que justificada, mas a obsessão européia por unificar os sistemas de emissão e recepção (por exemplo os pacotes MAC) não parece ter a frente necessária dentro dos Estados e da Comunidade. Por sua vez, superando suas fronteiras, o modelo que se gestava

para preparar a "defesa da Europa" era um modelo concentrado e transnacional, perigoso para a cultura europeia.

A invasão de produtos norte-americanos, que como veremos não é nova, foi facilitada pela diversidade da estrutura informativa europeia, fato que coloca a CEE em desvantagem frente à homogeneidade dos mercados norte-americano e japonês.

Como acabamos de indicar, o fluxo de produtos culturais dos Estados Unidos para os países da CEE não é novo. Dois informes do início da presente década (*Un tournant dans la TV européenne*; IEC 1985 e *International Flow of TV Programmes*; UNESCO, 1985) demonstram como os dados já conhecidos pelo *Informe de Tampere*; UNESCO, 1976 continua tendo validade. Se bem que as importações de programas norte-americanos era tão-somente de 12 ou de 12,5%, a ausência de uma regulamentação adequada nas cadeias privadas poderia estender e consolidar a hegemonia mundial norte-americana.

De acordo com o Instituto Europeu da Comunicação (Universidade de Manchester) a distribuição da origem dos programas de ficção em 1985 em termos de porcentagem do volume global de ficções difundidas em primeira visão e em diferido, era o seguinte:

	Produção Nacional	Produção CEE	Produção Nacional + CEE	Produção Americana	Outros
ZDF	17,3	33,2	50,5	36,1	13,4
SAT 1*	20,4*	31,5*	51,9*	48,1*	
RTBF**	5	50	51,3	48,7	5
BRT 82	21	46max	67max	33	
DR=	6,7	42,6	49,3	46,5	4,1
RTVE**	22,9	29,5	52,4	34,8	12,7
TF 1	22	34	56	37	7
A 2	34	26	60	35,3	4,7
FR 3	37,3	21,7	59	28,1	12,9
RAI=	11,3	27,6	38,9	57,4	3,7
RTL*		86	86	9,3	4,7
RTL TV			45	50	5
NOS	14,6	37	49max	51	
RTP	7,4	34,5	41,9	37,9	
BBC 82	38	7max	45max	55	
ITV 82	57	5max	62max	38	
SKC***			12	72	16

Símbolos: *Estimativa sobre mostra de películas difundidas; **Porcentual de películas difundidas; ***Hipóteses; = Primeira e única difusão. Fonte: Instituto Europeu de Comunicação — Universidade de Manchester.

Como havíamos indicado, a disparidade regional levou a Comissão a recomendar uma "quota de programação", isto é, um espaço mínimo reservado para a difusão de programas da CEE. Mas esse sistema de quotas, salvo no caso da França, é praticamente inexistente, prevê quotas muito baixas, ou não existem propriamente. Ou, embora os estatutos correspondentes falem de "preservar a cultura nacional", não existem na prática medidas que impeçam a importação massiva de programas.

Enquanto o volume de difusão foi crescendo, a evolução da produção de ficção nacional decresceu. O quadro seguinte mostra esta evolução na década 1975-1985:

	Evolução do volume de difusão 1975-1985	Ficção de produção nacional
BBC	+ 14%	0
ITV	+ 4%	0
ZDF	+ 20%	- 4%
RAI 1	+ 29%	- 50%
RAI 2	+ 25%	- 77%
RTVE	+ 160%	- 50%

Fonte: Cadernos para Debates. *A Comunicação Social no Estrangeiro*.

De outro lado, o fluxo transatlântico de programação é bastante antigo. O mercado mundial do cinema entre 40 a 90% é controlado pelas grandes companhias de Hollywood e suas filiais europeias de distribuição. Os novos meios de comunicação facilitam enormemente a consolidação e expansão dessa hegemonia. Poderão multiplicar-se as fontes, mas imagens transmitidas variam muito pouco. A Europa, desde muitos anos, é um bocado suculento para a indústria americana. Os mecanismos de penetração são os seguintes:

1) *Transferência de modelos organizativos e profissionais* — Através da venda de serviços, o *know-how* americano prepara a chegada de seus programas.

2) *Dumping* — Mediante a venda de pacotes de programas a preço baixo, assegura a venda inicial e prepara a penetração massiva posterior a preços mais elevados.

3) *Cooperação* — Através de sociedades de enlace, particularmente nas televisões comerciais. A Grã-Bretanha é a cabeça-de-ponte, em virtude da facilidade da língua comum. Numerosos acordos industriais ligam sociedades de ambos os países em redes de cabo. Ao menos

a metade dos programas a cabo na Grã-Bretanha, em 1986, era de origem norte-americana.

Como, além disso, os Estados Unidos ostentam a primazia mundial dos satélites, isso lhes permite pôr os olhos nas redes por cabo europeias. Concretamente, a primeira tentativa de assalto americano à Europa se fez através de um projeto oferecido a Luxemburgo: o satélite Coronet.

Coronet: o primeiro assalto

Em 1983, Time Inc. (líder mundial do cabo, com 15 milhões de assinantes), apoiada pelas produtoras Wagner, Columbia e Twentieth Century Fox, e através da filial Home Box Office, necessitava somente de uma união técnica para assumir a nacionalidade luxemburguesa. O projeto fracassou por causa da enérgica atuação do governo francês que pressionou o governo de Luxemburgo. Apesar do fracasso, duas coisas ficaram claras: a vontade americana de penetrar na Europa e a divisão dos Estados europeus, uma vez que não só Luxemburgo estava disposto a servir de cabeça-de-ponte, mas também a empresa britânica Thorn EMI participava do projeto de Time. Mais ainda. A HBO obteve, em 1984, 650 milhões de dólares, uma boa parte dos quais se deve a compras de europeus. A França havia obtido 40 milhões de francos pela exportação de programas.

O projeto Coronet ilustra perfeitamente a divisão dos Estados comunitários. Luxemburgo tem a gestão da Radio Tele Luxemburgo (RTL), registrada na empresa privada Companhia Luxemburguesa de Televisão (CLT). Na realidade, são grupos franceses os que detêm o controle da CLT. De tal modo que o holding Audifonia dispunha, em 1983, de 30% das ações da CLT. Graças a este controle, a França pôde deter o projeto Coronet, e o fez, sobretudo por considerá-lo competidor com seu projeto de satélite TDF-1.

Luxemburgo, efetivamente, havia negociado com a França a cessão de duas frequências do TDF-1 para a CLT e, paralelamente, solicitou à UIT o registro de novas frequências para a exploração de um novo satélite, batizado com o nome de Coronet, que era, como já assinalamos, uma iniciativa norte-americana. O acordo franco-luxemburguês, realizado em 2 de maio de 1983, desfez-se quando o Conselho de Estado de Luxemburgo decidiu conceder a outras sociedades, distintas da CLT, a possibilidade de explorar frequências de radiotelevisão. Isso abria a porta para a empresa norte-americana do satélite Coronet. Não por casualidade, os interesses da França puderam ser defendidos pela própria CLT. Tampouco foi casual o fato de o Eutelsat se manifestar contrário ao projeto do Grão-Ducado.

O Coronet reativou a cooperação intereuropéia em matéria de satélites. A França e a RFA decidiram retomar o projeto TDF-1/TV SAT imediatamente depois da reunião de cúpula de Rambouillet, realizada em 1983. Mas, ao mesmo tempo, os grandes conglomerados europeus moverão seus peões: Bertelsmann assumiu o controle de 40% do canal de língua alemã da TDF-1.

O bolo publicitário provoca novas concentrações

Além desta tentativa de penetração direta, as grandes transnacionais norte-americanas encontraram nos conglomerados europeus uma excelente maneira de burlar as barreiras nacionais. É conhecida a luta de Berlusconi na Itália para atingir cobertura nacional para suas emissoras de televisão. Inesperadamente, Berlusconi recebeu pacotes de programação a baixo custo (sobretudo da CBS), com o que foram diretamente prejudicados a RAI e o próprio cinema italiano.

Por outro lado, um novo embate questionou a vontade dos europeus em cerrar fileiras. Rupert Murdoch, magnata da imprensa britânica, desembarcou em Luxemburgo, mas como empresário americano. O sócio americano de Murdoch era, nada mais nada menos, a American Telegraph and Telephon (ATT). Murdoch não era senão a vanguarda dos interesses norte-americanos na Europa. A Cable News Network (CNN), a CBS e a ABC inundaram o mercado europeu com as já famosas "soap opera", em detrimento das produções nacionais.

A França era em 1984 o país menos americanizado de toda a Comunidade, mas 36% das fitas eram norte-americanas.

O mercado publicitário europeu (trinta e quatro minutos por dia e cadeia como média) era ainda pequeno, se comparado com o norte-americano, onde chegava a 180 minutos por dia e cadeia. Essas cifras, não obstante, impulsionaram novas concentrações. Na Europa tratava-se de evitar a vitória definitiva dos norte-americanos; nos Estados Unidos buscava-se cobrir suas dificuldades nacionais, pulando para um novo e suculento mercado. Pois foi a possibilidade técnica de ultrapassar as fronteiras europeias aquela que, em grande parte, denotou a febre de novas concentrações nos Estados Unidos, em meio a grandes batalhas pelo controle acionário. Capital Cities, a sexta empresa no ranking estadunidense em importação, tratou de absorver, em 1985, a ABC. Dias mais tarde, Ted Turner iniciava o assédio financeiro à CBS, que levou mais de quatro meses para deter a ofensiva da CNN. Incansável, Turner voltou então seus olhos para a Metro Goldwin Mayer. Murdoch tentaria a mesma coisa com a Waner, para terminar controlando a Twentieth Century Fox.

Os grandes conglomerados europeus

O caso Coronet pôs a descoberto que a vontade europeizante colide frontalmente com as características do sistema internacional que a própria Comunidade Européia contribuiu para criar, e do qual a própria CEE se beneficia quando se trata de relações Norte/Sul. Mas — agora que as relações são Norte/Norte — a Europa encontra-se com o inimigo dentro de casa. Não se trata somente da vontade dos Estados Unidos, mas da vontade das empresas europeias de contribuir para a construção de um verdadeiro mercado comum da informação. A transnacionalização das relações econômicas produziram um novo estilo de concentração. Já não se trata somente de Estados com capacidade de converter-se em emissores da comunicação internacional,

pois, dentro dos próprios Estados do Norte, se desenvolveu uma nova forma de concentração: a concentração transnacional, de tal maneira que o verdadeiro poder de informar mudou definitivamente de mãos. Os Estados comunitários podem desejar unificar o mercado europeu da informação, mas os conglomerados europeus competem diretamente no mercado mundial, de tal forma que, enquanto o objetivo for meramente comercial e a empresa privada continuar sendo o eixo fundamental, as decisões das empresas destinar-se-ão mais à obtenção dos benefícios máximos (ali onde se encontrem e com as alianças que considerem oportunas) do que à integração cultural da CEE. Vejamos que grupos e de que forma são os verdadeiros detentores do poder de informar na Comunidade Européia.

Bertelsmann, grupo alemão de edição e distribuição de livros solidamente implantado na imprensa e na indústria fonográfica mundial, tem uma projeção mundial notável. Realiza 60% de suas operações fora de seu próprio país. Portanto, cabe indagar: é um grupo verdadeiramente alemão?

O outro grupo implicado na luta do Coronet foi Murdoch. Neste caso, tampouco se trata de um grupo europeu. Ruppert Murdoch realizava, em 1986, 40% de seus negócios nos Estados Unidos, depois da compra da Fox e o lançamento da quarta rede Fox Broadcasting. As inversões do magnata australiano foram arriscadíssimas, mas solidamente apoiadas no poderio do grupo News International, verdadeiro colosso da imprensa britânica.

Na França, os grupos não possuem o tamanho de Murdoch ou Bertelsmann, mas a concentração ao redor das empresas multimedias é também notável. Hachette alcançou, em 1986, uma cifra de benefícios próxima dos 13 bilhões de francos, controla Europa 1 e converteu-se no primeiro distribuidor mundial de imprensa, ao adquirir as empresas Curtis (Grã-Bretanha) e a divisão correspondente da Warner (Estados Unidos).

Luxemburgo é um pequeno Estado europeu, mas a CLT é uma das empresas de televisão mais rentáveis, apesar de que a comparação com os três anteriores lhe outorgue o grau de "modesto".

Evidentemente, nem todos os conglomerados europeus têm o mesmo tamanho nem a mesma extensão internacional. Mas as alianças que conhecemos até o momento, e as que estão por realizar-se, apontam para novas concentrações.

Bertelsmann e Murdoch possuem consideráveis interesses no mercado americano. Sua "ofensiva européia" foi posterior a seu assentamento nos Estados Unidos, e ainda que suas inversões possam considerar-se pequenas, sua atuação no Coronet evidencia sua transnacionalidade.

Hachette, Havas, Maxwell, Springer e Berlusconi têm uma implantação audiovisual internacional muito menor, mas em seus respectivos mercados e em setores diferentes são verdadeiras transnacionais.

Com tudo isso, os verdadeiros "defensores da eurocultura" procedem do setor privado. Berlusconi, por exemplo, não só opera na Itália, mas penetrou na França e na Espanha. Aproveitando as leis

de livre câmbio da Comunidade, Berlusconi tenta converter-se no senhor da futura televisão europeia e busca as alianças de Maxwell e Leo Kirch. Imediatamente, os três se asseguraram um lugar no satélite francês TDF-1.

O efeito imediato é o grave prejuízo que se inflinge às cadeias públicas da CEE. Se o modelo que se impõe finalmente é o norte-americano, os europeus deverão produzir programas com um estilo novo e marcadamente comercial. Isto obriga às cadeias públicas a entrar neste modelo, de maneira que a BBC se associou, pela primeira vez, a uma firma comercial, como a Lionheart Television, e a RAI conseguiu uma participação na Telemontecarlo.

A informação é um produto comercial, mas também é um bem cultural

É inquestionável que a Comissão europeia estava correta quando sustentou que, nação a nação, a Europa nada teria que fazer no mundo dos novos meios de comunicação. Mas, cabe perguntar: o interesse deve ser meramente comercial? Como afirma Georges Fillioud, com uma lógica estritamente comercial ocultam-se as outras dimensões sociais, políticas e sobretudo culturais dos novos meios. A informação é "a" mercadoria, mas também "o" bem cultural por excelência. Daí que Denis Baudoin (antigo conselheiro de Pompidou) clamasse por uma cadeia europeia pública de televisão, financiada por todos os Estados-membros.

Para que mercado comum da informação nos encaminhamos? Já dissemos que o progresso tecnológico não pode se deter, e que a idéia de uma Europa interligada favorece a construção de uma Comunidade Europeia que transcende ao meramente econômico para tornar-se num ideal de integração cultural. Não obstante, se bem que as medidas que se tomaram até agora, a saber: aumento da produção comunitária, desenvolvimento tecnológico próprio, regulamentação da publicidade etc., apontam para esse espaço comunicativo comum, é inevitável uma nova reflexão sobre o verdadeiro caráter de um sistema informativo internacional que supera as fronteiras da Comunidade. Se as empresas transnacionais tornam o seu atual domínio da comunicação internacional definitivo, o modelo que convenha a estas empresas não terá na Europa senão um referente econômico: os benefícios de um sistema europeu de informação com suporte comercial, no qual a carga cultural irá sempre atrás do objetivo de obter os máximos benefícios.

BIBLIOGRAFIA

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. *Audiovisual y televisión: hacia una política europea*. Documento 9/86. *Televisión sin fronteras. Libro verde sobre la creación del Mercado Común de la Radiodifusión, en particular, por satélite e por cable*. Madrid, Instituto Oficial de Radiotelevisión, 1987.

- GATINOT, Gerard. "Concentración de la prensa". *El Periodista Democrata*, n.º 1, 1978, pp. 1-5.
- GUREVITCH, M. et al. *Culture Society and the Media*. Londres, Methuen, 1985.
- OFICINA DEL PORTAVOZ DEL GOBIERNO. *Cuadernos para debate, La comunicación social en el extranjero*. Números 11,15, 18.
- NORDESTRENG, Kaarle e VARIS, Tapio. "Inventario internacional de la estructura de programas de televisión". *El Periodista Democrata*, n.º 4, 1974, pp. 6-10.
- PRADO, Emilio. *Tendencias de la Radiodifusión Internacional*. Exposição apresentada no I Simposio sobre Políticas Informativas y Comunicación. AIC, Madrid, 23-28 de janeiro de 1984.
- RICHERI, Giuseppe. "Las tendencias del desarrollo de la radio y la televisión eurooccidentais". *El Periodista Democrata*, n.º 6, 1978, pp. 11-15.
- . *Televisión Pública/Televisión Privada*. Experiencias Internacionales. Exposição apresentada no I Simpósio Internacional de Políticas Informativas y de Comunicación. AIC, Madrid, 23-28 de janeiro de 1984.
- UNESCO, "¿Circula la televisión en un solo sentido?" *Estudios y Documentos de Comunicación Social*, n.º 70, Paris, 1974.