

O Mercosul e a Questão da Comunicação

ANTONIO DE ANDRADE
(*Universidade Metodista de São Paulo*)

Uma das características marcantes das relações internacionais neste final de século é a formação e consolidação dos denominados blocos regionais de interesses mútuos. Até o presente, as questões comerciais como circulação de produtos, tarifas diferenciadas, investimentos privilegiados etc., caracterizam este processo. O Mercosul, constituído originalmente pelos países que assinaram o tratado de Assunção em 1991 - Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai - segue esta tendência representada pela predominância do intercâmbio regional via mecanismos econômicos de livre mercado. Surge num cenário internacional, influenciado pelas novas estratégias comerciais norte-americanas decorrentes do final da denominada bipolarização de poder, consolidada após os acontecimentos que levaram à derrocada do comunismo na União Soviética e Europa Oriental. Outros fatores determinantes inseridos nesta nova conjuntura são o relevante papel na economia internacional representada pela presença de novos e influentes atores como no caso da China e dos Tigres Asiáticos, a forte presença do Japão como potência de primeira grandeza e a lenta mas irreversível consolidação da Comunidade Econômica Européia, hoje União Européia.

Neste cenário, o Brasil, com sua vastidão territorial, potencialidades naturais, amplo contingente populacional e estrutura industrial consolidada, surge com vocação natural para liderar no Cone Sul uma estratégia de integração factível com as aspirações internacionais. Ao mesmo tempo serve como etapa fundamental na superação das enormes carências sociais que caracterizam a sociedade latino-americana e que no Brasil atinge dimensões trágicas. A Argentina, por outro lado, tem na parceria com um Brasil estabilizado e em crescimento, um forte aliado na revigoração de seu parque industrial e desenvolve seu potencial produtivo ampliando suas exportações para uma população quatro vezes maior. Reflexo desta parceria é o fato de o Brasil em 1966 já ser o maior importador de produtos argentinos, com 30% do total exportado, desbancando para um segundo plano a parceria da Argentina com EUA e Europa. O mesmo raciocínio cabe ao Paraguai com seus quase 5 milhões de habitantes e o Uruguai com pouco mais de 3 milhões, que passam a ter uma perspectiva única de desenvolvimento ao ampliar seu referencial para um mercado de 200 milhões de habitantes. O sucesso econômico do tratado pode ser avaliado pelos reflexos nas balanças comerciais dos quatro países: assim o mercado intraregional que em 1991 era de 4,7 bilhões de dólares, evoluiu para 6,5

bilhões em 1992; 8,3 bilhões em 1993 atingindo em 1996 a cifra de 12 bilhões de dólares.

Numa primeira etapa, concretiza-se a partir de 1º de janeiro de 1995 uma união aduaneira em que as partes envolvidas buscam atingir condições comerciais equilibradas, aliadas a uma política comum de tarifas externas. Conflitos de interesses surgiram em alguns casos - muitos outros ocorrerão - sendo todos resolvidos através de negociações transparentes e devidamente acompanhadas pela mídia. Inclusive no plano político, mostraram-se ágeis e eficazes as novas relações decorrentes do processo de integração, ao abortar uma tentativa de golpe militar no Paraguai no primeiro semestre de 1996. Uma evolução natural deste tipo de acordo é a concretização de um autêntico mercado comum com iniciativas avançadas como a adoção de uma moeda única, a exemplo do caso europeu. A previsão de adesão de mais dois países - Chile e Bolívia - deverá consolidar um bloco com um PIB de 1 trilhão de dólares, uma população de 230 milhões de habitantes, onde somente três línguas (espanhol, português e guarani) são utilizadas, ao contrário das dezenas da Europa e Ásia. Neste mesmo período 174 empresas brasileiras constituíram parceria com similares argentinas, resultando num investimento de 2 bilhões de dólares de capital brasileiro na Argentina.

Se numa primeira abordagem fica patente o êxito comercial do processo de integração, por outro lado fica evidenciada a pequena, senão praticamente total, ausência de preocupação com os reflexos destas políticas face as desigualdades sociais que caracterizam a realidade dos países envolvidos. Causa preocupação o distanciamento entre a sociedade, as questões reguladoras deste acordo e os impactos relacionados às identidades culturais e que, obviamente, têm a ver não só com o desenvolvimento cultural destes países, mas igualmente com as formas de organização social. A comunidade acadêmica e as instâncias de organização e representação das diversas instâncias da sociedade latino-americana têm externado preocupação de que o Mercosul venha a constituir um amplo e poderoso balcão de negócios de interesse dos setores historicamente dominantes, hajam vistas as inúmeras tentativas anteriores de consolidação de formas de integração e que resultaram em fracassos e frustrações.

No que diz respeito especificamente ao campo da Comunicação, como de fato a todas manifestações de cunho sócio-cultural, observa-se que a estrutura orgânica do Mercosul, quando da assinatura do tratado em 26 de março de 1991, era composta de 10 subgrupos de trabalho, a saber: assuntos comerciais; aduaneiros; normalização; política fiscal e monetária; transporte terrestre e marítimo; política industrial e tecnológica; política agrícola; política energética e coordenação de políticas macroeconômicas. Efetivamente o avanço que se obteve nas relações comerciais não se refletiu significativamente nem na estrutura de produção da indústria cultural dos quatro países envolvidos, nem num efetivo impacto em relação ao público. Para a pesquisadora da Universidade Católica do Uruguai, Carmen Rico de Sotel, a comunidade acadêmica tem mostrado debilidade em

posicionar-se no contexto do Mercosul; já as Faculdades de Comunicação têm sido incapazes de agendar o tema de forma sistemática. Na verdade, observa-se uma grande dificuldade, para não dizer oposição, a um novo papel que a comunicação possa a vir exercer dentro desta nova realidade, em que a mídia venha a desempenhar um papel gerador de mercadorias culturais para este amplo mercado latino-americano. A presença de indústrias culturais do porte da Televisa e Globo tem exercido papel tão significativo, quanto solitário, na geração de produtos comercialmente viáveis e de amplo interesse social.

Temos sido lentos em assimilar as mudanças que ocorrem à nossa volta, quando não teimosamente refratários e ortodoxos ao encarar fato irreversíveis. As mudanças, adaptações e assimilações que estão ocorrendo em relação às identidades e manifestações culturais, longe de desaparecerem, assumem novas e inéditas características que demandam novos estudos e novas abordagens, como bem sintetizou Octavio Ianni com a expressão "realidade multicultural" em que os traços culturais "ressurgem diferentes, com outros significados, com outros horizontes".

Cabe aqui lembrar o malogro da NOMIC (Nova Ordem Mundial para a Informação e Comunicação), que representava toda a esperança de um novo direcionamento nas formas de comunicação. A NOMIC foi subjugada pela incapacidade dos setores acadêmicos mais avançados de abandonar a discussão dos pormenores e buscar um efetivo apoio e sustentação nos setores dinâmicos da sociedade, aqueles que agilizam e concretizam os acontecimentos embasados na realidade e viabilidade possível no momento histórico. Submetida à burocracia estatal e ao embate ideológico estéril perderam todos. Novamente o desafio se nos apresenta e, de forma recalcitrante, corremos o risco de ser atropelados pela dinâmica do processo. Certamente, o Mercosul constitui a última esperança de nossa inserção no mundo contemporâneo e, desgraçadamente, seguirá se curso com ou sem a participação dos especialistas da comunicação. Se não fomos convidados a participar do processo, urge definir e marcar posições, propor o viável e, acima de tudo, exercer nosso papel de levar à sociedade as informações e os questionamentos necessários. Uma citação do professor e pesquisador uruguaio Mario Kaplún sintetiza com precisão as relações entre o Mercosul e a Comunicação: "toda integração não só promove intercâmbios comunicativos como os exige".