

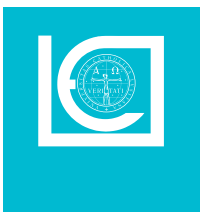
**ECC**

Estudos de  
Comunicação  
e Cultura

Media,  
Technology,  
Context

# O Setor dos Media no Espaço Lusófono

Rita Figueiras  
e Nelson Ribeiro [org.]



## Introdução

O presente livro congrega um conjunto de estudos relacionados com o projeto de investigação Grupos de Media do Atlântico Sul. Singularidades da Modernidade Lusófona, financiado pela FCT, e cujos trabalhos decorreram ao longo de dois anos (2013-2014). O projeto foi sediado no Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CECC) da Universidade Católica Portuguesa (UCP) e teve o apoio de James Curran, da Goldsmiths University of London (Reino Unido), na qualidade de Consultor.

No âmbito da tipologia Projetos de Investigação Exploratória, esta proposta apresentou uma pesquisa original e de carácter inovador, cujos resultados pretendiam contribuir para o avançar do conhecimento na área de saber onde se encontrava ancorado o trabalho e também para inscrever o tema na agenda internacional de investigação deste campo de estudos.

Alicerçado na Economia Política dos Media e dos Estudos de Media e Democracia, o projeto partiu do modelo pluralista polarizado, teorizado por Daniel Hallin e Paolo Mancini, na obra seminal de 2004, para demonstrar que aquele modelo, ao resultar de uma generalização que visava opô-lo aos outros dois modelos sistematizados pelos autores sobre o sistema dos media no Ocidente, anulou a especificidade e a singularidade do sistema dos media em Portugal, ignorando, nomeadamente, as operações das empresas mediáticas no espaço lusófono, bem como a centralidade dessas operações em rede para o desenvolvimento do negócio dos media no eixo Portugal-Brasil-Angola. O projeto propunha-se, assim, contribuir para colmatar essa lacuna através de uma investigação exploratória estruturada num eixo diacrónico e sincrónico: analisar os media cujo negócio e influência se estruturam em rede pelo Atlântico Sul de língua portuguesa. Paralelamente, pretendia-se desenvolver uma pesquisa que articulasse o desempenho económico e financeiro dos grupos económicos de media com o impacto das formas de propriedade e dos níveis

de concentração da mesma na atuação da comunicação social enquanto instituição basilar da sociedade ocidental.

A construção histórica que enforma a identidade da comunicação social como uma das instâncias fundamentais para a garantia dos regimes democráticos ocidentais, forjada ao longo do século XVIII, assenta em valores como a qualidade, a diversidade, o pluralismo e a transparência – conceitos basilares do ideal da liberdade de imprensa. Se a garantia de qualidade dos regimes democráticos se encontra, em parte, associada ao bom exercício da atividade jornalística, o contexto em que a profissão é desempenhada – em empresas editorialmente independentes que operam num mercado concorrencial – é igualmente entendido como condição determinante para o cumprimento das expectativas democráticas face à comunicação social.

Compreender os contextos em que as práticas jornalísticas se desenvolvem implica também ter em conta que os media se encontram inseridos em mercados que extravasam as fronteiras nacionais, tendo muitas vezes de concorrer com produtores de conteúdos internacionais ou sendo eles próprios detidos por empresas de capital estrangeiro. Se é um facto que a Internet acelerou a velocidade a que os cidadãos podem aceder a conteúdos informativos e de entretenimento produzidos em diferentes locais do globo, a circulação internacional de conteúdos mediáticos é um fenómeno muito anterior, levando autores como John Thompson (1995) a propor o conceito de «globalização mediada».

Além da exportação massiva de conteúdos audiovisuais americanos para diferentes geografias, após a II Guerra Mundial o modelo americano de media, assente em empresas privadas e com objetivos comerciais, passou a exercer uma influência muito significativa em diferentes regiões do globo, incluindo na América Latina e na Ásia (Hesmondhalgh, 2007). Tal levou Oliver Boyd-Barrett (1977) a cunhar o conceito de «*media imperialism*» com o qual procurava descrever o que poderíamos apelidar de colonialismo indireto, imposto pelos países ricos através dos meios de comunicação. Num período pós-colonial, em que as potências europeias haviam perdido os seus impérios, foram diversos os autores que se debruçaram sobre o que consideravam ser uma nova forma de colonialismo, já não dominada pela Europa mas sim pelos Estados Unidos da América.

O domínio da indústria mediática americana, em termos de exportação de conteúdos, é retratado no livro de Jeremy Tunstall, publicado em 1977,

*The Media are American*. Surgido num período de predomínio da tese do imperialismo americano através dos media, e não obstante o título poder induzir o contrário, o livro demonstra como, na maioria dos países de média e grande dimensão, os programas televisivos mais populares eram produzidos localmente, enquanto a programação americana era sobretudo utilizada para preencher os horários menos nobres das emissões televisivas. De acordo com Tunstall, a explicação era simples: sendo horários nos quais as estações apostavam menos, financeiramente era-lhes mais conveniente adquirir programas americanos do que produzir programação própria necessariamente mais dispendiosa.

Ao analisar as grelhas televisivas em diferentes países, Tunstall (1977) concluiu também que o *prime-time* televisivo era sobretudo ocupado por programas nacionais ou produzidos em países vizinhos com afinidades linguísticas e culturais. A importância da língua e da cultura nas trocas e nos fluxos mediáticos seria, posteriormente, reconhecida, entre outros, por John Sinclair (1996) que propôs o conceito de «regiões geoculturais» para ilustrar a importância da língua nas trocas de produtos culturais. Na mesma linha, David Hesmondhalgh considera que compreender os fluxos mediáticos a nível global implica necessariamente ter em conta o que define como «mercados geoculturais», um termo mais abrangente que o proposto por Sinclair, pois, dando relevo à importância da língua, considera também o peso das afinidades culturais e das ligações históricas entre diferentes países. Além de ilustrar com o caso americano, e a sua dominação no mundo anglo-saxónico, Hesmondhalgh menciona a importância das trocas de produtos mediáticos entre a Espanha, os países da América Latina e os canais norte-americanos dirigidos à população falante de espanhol. De igual modo, os fluxos mediáticos entre o Brasil, Portugal e os países africanos de língua portuguesa, sobretudo Angola, Moçambique e Cabo Verde são também um exemplo de como se afigura hoje central analisar os mercados geoculturais para melhor compreender a internacionalização de produtos mediáticos.

Neste âmbito, a primeira fase do projeto incluiu o levantamento e a revisão da literatura de referência internacional sobre os sistemas de media assente em três grandes eixos: media e globalização (transformação dos processos de globalização e impacto no mercado dos media), media e democracia (identidade política dos media no contexto ocidental consubstanciada num *ethos* e numa *praxis* jornalística) e propriedade dos media (fluxos de capital nas indústrias dos media e suas consequências para o setor em termos de

competitividade, diversidade da oferta/propriedade, pluralismo e transparência). Este mapeamento tinha em vista identificar os paradigmas dominantes que estruturam a produção de conhecimento sobre o tema e a agenda de investigação da comunidade científica internacional.

Numa segunda etapa foi feito o levantamento bibliográfico e a revisão da literatura sobre os países envolvidos no estudo – Portugal, Brasil e Angola –, tendo em conta os eixos acima referidos. Neste levantamento foi essencial, por um lado, a análise do contexto económico do setor dos media e, por outro, as relações entre o setor dos media e a esfera política em cada um dos países.

Para além da sistematização de um corpo de conhecimentos sobre a área de saber onde o projeto se inscreve, esta etapa foi igualmente fundamental para identificar as lacunas no conhecimento sobre os media no espaço geocultural lusófono e constatar: *i*) a existência de uma considerável produção científica no Brasil sobre o setor dos media neste país e alguns estudos desenvolvidos em Portugal, mas praticamente nenhuma investigação ainda realizada sobre os media em Angola; *ii*) a existência de escassos estudos que articulem o contexto geocultural lusófono e o modo como esses fluxos articulam e refletem um conjunto de especificidades históricas, políticas e culturais que a literatura predominantemente anglo-saxónica, por se centrar num contexto distinto, não permite compreender e explicar; *iii*) a não inscrição deste ângulo de análise nas agendas de investigação dos países analisados; *iv*) a ausência do tema na agenda de pesquisa internacional.

A pesquisa bibliográfica contínua e o regresso à literatura de referência revelaram-se importantes ao longo do desenvolvimento do trabalho, nomeadamente à medida que o levantamento empírico introduzia novas dimensões não antecipadas aquando da preparação do projeto. Ao longo da investigação foi sentida a necessidade de contextualizar e articular o caso angolano com outros verificados noutras geografias não ocidentais, de onde destacamos a China e a Rússia. A crise económica ocidental de 2008 conduziu a uma nova globalização que alterou de forma irreversível os poderes na arena internacional, rompendo o equilíbrio e a noção de fluxos de capital num só sentido, do ocidente para o não ocidente, e do Norte para o Sul, tal como havia sido institucionalizado há muitos anos. Esta crise tornou-se uma oportunidade para economias emergentes se afirmarem no contexto global. Uma das estratégias seguidas por estes novos *players* foi a aquisição de empresas que operam em setores estratégicos em variados países ocidentais. Ainda que Angola, China

e Rússia tenham a sua própria especificidade, existem várias características históricas, políticas e económicas que permitem extrair algumas tendências gerais com vista ao debate sobre a forma como estes países estão a moldar o fluxo global de capitais em setores estratégicos, como a banca e a energia, mas também nas indústrias de media.

## Os sistemas mediáticos do Atlântico Sul

O modelo do Atlântico Sul possui um conjunto de características que o distinguem dos modelos explicativos dominantes e que este projeto se propôs investigar. Todavia, a análise empírica revelou dimensões não previstas antes do início da investigação, mas importantes para compreender movimentos emergentes decorrentes da nova globalização pós-2008 e dos quais a reconfiguração em curso dos media lusófonos é subsidiária. Deste modo, foi incluída uma nova sublinha de pesquisa sobre o lugar dos media em regimes políticos autocráticos não ocidentais. Esta dimensão, que emergiu a partir do trabalho empírico, revelou-se essencial para (1) compreender em termos nacionais (sobre o setor dos media em Portugal) e geoculturais (sobre o setor dos media do Atlântico Sul) a lógica de funcionamento dos media e as consequências para a comunicação social dos novos fluxos de capital provenientes de investidores com uma conceção autocrática dos meios de comunicação. Foi igualmente fundamental para (2) perspetivar as evidências empíricas coligidas sobre os contextos nacional e regional/geocultural de forma relevante para a comunidade científica internacional através do desenvolvimento de explicações e elaborações teóricas para fenómenos semelhantes que estão a ocorrer simultaneamente noutras geografias. Nomeadamente, explicitando como os novos fluxos de capital provenientes de investidores com um *ethos* autocrático e uma visão não democrática dos media podem colidir com as prerrogativas fundadoras da cultura ocidental de jornalismo e estar a contribuir para a reconfiguração dos media no ocidente.

Deste modo, e não ignorando a hegemonia anglófona no mundo ocidental, este projeto considerou que, pela sua dimensão e desenvolvimento económico, o espaço geocultural lusófono se configurava como um lugar privilegiado para o florescimento de conglomerados transnacionais, cuja especificidade merecia ser singularizada num estudo em profundidade – trabalho que foi desenvolvido

nesta investigação exploratória. Os resultados coligidos permitiram retirar ilações e efetuar uma elaboração teórica sobre o modelo de media do Atlântico Sul de expressão portuguesa que passamos a caracterizar.

Antes de 2008 o investimento espanhol era o mais influente no mercado português, e o país, juntamente com o mercado da América Latina, fazia parte de um espaço geocultural ibérico, liderado pela Espanha, assente em conglomerados multimédia. No entanto, a crise económica e as medidas de austeridade que ambos os países do Sul da Europa atravessaram produziu uma deslocação dos fluxos de capital investidor no setor da comunicação e media – eles passaram a provir sobretudo de Angola, mas também do Brasil. Esta alteração introduziu também um novo perfil de investidores para quem este setor é apenas mais uma das suas áreas de investimento (e certamente das menos rentáveis), a par de interesses estratégicos na banca, energia, construção e imobiliário.

Deste modo, a crise financeira de 2008 possibilitou a efetivação de uma antiga aspiração histórico-política de Portugal: a existência de um espaço mediático geocultural lusófono ancorado em fatores linguísticos, culturais e históricos. O modelo de media do Atlântico Sul de expressão portuguesa identificado parecia, no entanto, estar a desenvolver-se através de um processo que pode ser caracterizado por colonização em sentido inverso uma vez que assentava numa relação primordialmente assimétrica, unidirecional e de dependência do mercado português relativamente aos investidores de Angola e Brasil. Esta investigação tornou evidente o predomínio do capital angolano no mercado português, onde se verificaram elevados índices de concentração da propriedade no setor da comunicação e dos media. Estes mesmos investidores exerciam igualmente um papel de *gatekeepers* no acesso de investidores portugueses ao mercado angolano, e mesmo brasileiro, reforçando as dinâmicas clientelares entre os países.

Saliente-se também que o sistema dos media que emergiu desta configuração geocultural era híbrido por congregar características altamente contraditórias. Se, por um lado, este modelo parecia assentar nos eixos basilares do modelo liberal e nos media como agente fiscalizador do sistema político, por outro lado, tinha na sua base dimensões associadas aos modelos pluralista polarizado e iliberal dos media. Estes caracterizam-se por uma estratégia de instrumentalização dos media ancorada numa relação clientelar entre o poder político e económico. Neste sentido, a hibridização verificada pode ter

enfraquecido em alguns momentos a visão liberal sobre os media, pois na cultura autocrática de onde provinham os principais investidores, os meios de comunicação são sobretudo entendidos como extensões das estruturas do poder.

Integrando estas tendências no novo contexto global pós-2008, que permitiu associar as movimentações de investidores provenientes de Angola, Rússia e China, considerou-se que a emergência do novo perfil de investidores poderia estar a produzir um contexto adverso ao modelo liberal dos media dominante nas democracias ocidentais, e a conduzir à emergência de uma nova fase que poderia ser caracterizada por um sistema híbrido, composto por forças altamente contraditórias e, quiçá, inconciliáveis. Como é que a crise económica do setor dos media estaria a pôr em causa os eixos basilares do modelo liberal, nomeadamente a sua autonomia face ao sistema político e a independência do jornalismo, e como é que os media estariam a lidar, conviver e gerir as novas ameaças às linhas editoriais, tendo em conta as implicações que o novo cenário teria para o jornalismo ocidental enquanto instituição democrática, foram questões de investigação que este estudo exploratório fez emergir.

Esta investigação permitiu caracterizar o que entendemos ser a especificidade do espaço geocultural que designámos por modelo do Atlântico Sul de expressão portuguesa através da análise dos media enquanto negócio financeiro e instituição democrática. Este estudo contribuiu também para a complexificação do debate científico sobre os sistemas culturais mediáticos de matriz não anglo-saxónica, tendo ainda identificado tendências emergentes decorrentes da nova globalização pós-2008 que têm vindo a alterar a relação entre o Norte e o Sul, e o ocidente e o não ocidente.

A última década foi claramente marcada por um incremento dos fluxos mediáticos entre vários países de língua portuguesa, com o crescimento de investimentos portugueses no Brasil e em Angola, a expansão de projetos brasileiros para Portugal, Angola, Moçambique e Cabo Verde, e a afirmação de diferentes produtos culturais angolanos em Portugal no Brasil. Esta realidade permanece, contudo, algo desconhecida pela ausência de uma investigação sistemática sobre o mercado geocultural lusófono. Tal justifica a oportunidade de reunir, neste livro, um conjunto de ensaios que exploram as características dos diferentes sistemas mediáticos lusófonos. Só o aprofundar do conhecimento sobre o funcionamento dos meios de comunicação em cada país de

língua portuguesa pode permitir uma discussão crítica sobre os circuitos de produção, distribuição e receção de conteúdos mediáticos – tanto de informação como de ficção – no espaço da lusofonia.

Este livro é um *output* do projeto e um retrato do momento em que a pesquisa foi realizada. Se, por um lado, é um registo de um período específico e de uma área de estudo dinâmica e de mudança rápida, por outro, os capítulos do livro demonstram claramente que, não obstante os vários países partilharem um conjunto de características, existem também diferenças assinaláveis pelo que, longe de podermos falar de um sistema mediático lusófono, podemos sim referir a existência de um conjunto de sistemas com pontos de intersecção e divergência. Uma das características marcantes e transversais aos diferentes países é o facto de os media terem sido, em diferentes períodos ao longo do século xx e mesmo nas primeiras décadas do século xxi, submetidos a um controlo apertado por parte do Estado, utilizados como instrumentos importantes no processo de integração nacional e de disseminação do ideário dos regimes ditatoriais conservadores (Portugal e Brasil) ou de inspiração comunista (Angola e Moçambique).

Este foi um projeto ambicioso nos seus pressupostos e objetivos, considerando até o reduzido período temporal de execução. Considera-se que os resultados do estudo têm relevância e utilidade para as várias entidades reguladoras do setor no espaço lusófono, *players* e demais *stakeholders*, bem como para a comunidade académica, incluindo docentes, investigadores e estudantes. O conjunto de atividades desenvolvidas e de *outputs* nacionais e internacionais ajudaram a divulgar o estudo e a dar a conhecer uma linha de trabalhos pouco ou nada explorada e relevante, tendo em conta a importância do *global south*. Todas as iniciativas e atividades desenvolvidas constituíram uma oportunidade privilegiada para sensibilizar a comunidade académica internacional para estas questões, enquanto tema científico de relevo para lá da sua comunidade de falantes.

## Estrutura do livro

O primeiro capítulo, da autoria de Isabel Ferin Cunha, começa por distinguir os conceitos de espaço lusófono e lusofonia que, sendo em muitos casos utilizados como sinónimos, designam realidades que não são totalmente

coincidentes. A autora demonstra igualmente como os media evoluíram nos diferentes países de língua oficial portuguesa, sublinhando o facto de a censura e os atentados à liberdade de expressão serem duas realidades que marcaram e marcam os sistemas de media nos países lusófonos, a par da dependência dos interesses políticos e financeiros das elites. Termina questionando de que modo as elites mantêm os sistemas mediáticos lusófonos contemporâneos e os utilizam a seu favor.

A análise da relação dos media com o Estado e o poder político é um tema que tradicionalmente tem marcado os estudos de comunicação, permitindo compreender qual o grau de independência dos meios de comunicação, bem como o grau de investimento realizado no setor pelas entidades públicas. No caso português, o capítulo 2, da autoria de Nuno Conde, descreve e debate as diferentes fases existentes na relação entre o Estado e o serviço público, desde a transição para a democracia e o XIX Governo Constitucional liderado por Pedro Passos Coelho. O autor propõe uma periodização das relações entre o Estado e o serviço público de media e demonstra como as diferentes fases deste relacionamento podem ser explicadas por razões ideológicas, mas também por tentativas de assegurar diferentes modelos de financiamento.

No capítulo 3, Rita Figueiras e Nelson Ribeiro analisam as alterações verificadas na propriedade das empresas de media portuguesas entre a crise financeira de 2011 e o ano de 2014. Neste período temporal, além de se terem assistido a alterações muito significativas nas estruturas de capital das principais empresas mediáticas em Portugal, vários meios de comunicação passaram a ser controlados por investidores angolanos sem tradição na área da comunicação social. Os autores questionam até que ponto os novos acionistas vinham introduzir uma nova visão sobre os meios de comunicação social que pudesse colocar o papel que tradicionalmente lhes incumbe no sistema democrático, nomeadamente a sua capacidade de escrutínio dos poderes político e económico.

A relação imbricada existente entre os meios de comunicação e os diferentes poderes é igualmente discutida no capítulo 4, da autoria de Afonso de Albuquerque e Pâmela Araújo Pinto, dedicado ao desenvolvimento do sistema mediático brasileiro. Os autores descrevem como o desenvolvimento dos media no Brasil, tendo por base a herança do colonialismo português, seguiu, a partir do final da II Guerra Mundial, o modelo americano, mantendo, contudo, uma relação de grande proximidade entre os interesses políticos e os

das empresas de media. O capítulo discute igualmente a posição do Brasil no contexto da América Latina, demonstrando como o sistema mediático brasileiro se distingue da realidade dos países vizinhos, o que se explica pela diferente herança colonial e pela própria dimensão do país.

O capítulo 5, da autoria de João Guilherme Barone e Roberto Tietzmann, é dedicado ao cinema lusófono, discute as possibilidades de existência de uma indústria cinematográfica no mercado geocultural lusófono. Os autores recuperam as primeiras propostas, surgidas em 1977, de criação de uma indústria do cinema no Brasil e em Portugal, verificando que tais propostas surgiram num período em que os dois países partilhavam o facto de terem de lidar com uma situação de hegemonia das produções americanas nas salas de cinema nacionais. Na segunda parte do artigo, Barone e Tietzmann debruçam-se sobre a produção académica sobre a temática do cinema lusófono, concluindo que este não é um tema que tenha sido objeto de grande atenção por parte dos investigadores. Constatam os autores que tal é revelador da inexistência de um verdadeiro mercado de circulação de cinema entre os países lusófonos.

Compreender o modo como a estrutura de propriedade dos media influencia a produção de conteúdos informativos em Moçambique é o objetivo da análise do capítulo 6 da autoria de Ernesto Nhanale. O autor apresenta uma caracterização do sistema mediático em Moçambique e demonstra como os meios de comunicação públicos, controlados pelas estruturas do governo e do partido dominante, apresentam um modelo de jornalismo desenvolvimentista que se confunde com a voz oficial do governo. Por outro lado, embora num primeiro momento pareça existir uma compensação desta realidade pelo facto de os media privados apresentarem uma linha editorial de contrapoder, tal deve-se sobretudo a estratégias ligadas à necessidade de conquistar audiências e não tanto à existência de um verdadeiro escrutínio dos titulares de cargos públicos.

O último capítulo, da autoria dos editores da presente obra, debate o imaginário democrático dos media no contexto ocidental à luz das alterações pós-2008 no mercado global dos media. O capítulo não pretende ser conclusivo, mas problematizante. Não pretende dar respostas, mas levantar questões que, certamente, importa ter em conta em estudos relacionados com esta pesquisa.

## Referências bibliográficas

- BOYD-BARRETT, O. (1977). «Media imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems». Curran, J., Gurevitch, M., e Woollacott, J. (eds.). *Mass communication and Society*, London: Edward Arnold, 116-135.
- HESMONDHALGH, D. (2007). *The Cultural Industries*, London: Sage.
- SINCLAIR, J. (1996). «Mexico, Brazil and the Latin World». Sinclair, J., Jacka, E., e Cunningham, S. (eds.). *New Patterns in Global Television*, Oxford: Oxford University Press, 33-66.
- THOMPSON, J. (1995). *The Media and Modernity: a social theory of the media*, Cambridge: Polity.
- TUNSTALL, J. (1977). *The Media are American: Anglo-American media in the world*, London: Constable.