Globethics Repository



Concentração dos meios de comunicação na América Latina é distintiva [Concentration of the media in Latin America is distinctive]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Wolfart, Graziela
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-05 16:21:48
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/160679

Concentração dos meios de comunicação na América Latina é distintiva

Todos países sofrem do processo de concentração da mídia, mas a situação é ainda mais dramática em nosso continente, pontua Martín Becerra

Por Graziela Wolfart e Márcia Junges | Tradução Graziela Wolfart

"A primeira década do século XXI revela a consolidação do processo de concentração da mídia e do restante das indústrias infocomunicacionais na América Latina. A lógica comercial-financeira das operações das atividades infocomunicacionais conduz, a rigor, a processos de concentração em quase todo o planeta, mas a profundidade e a consolidação com que acontecem na América Latina são distintivas". A afirmação é do jornalista Martín Becerra, em entrevista, por e-mail, exclusiva à **IHU On-Line**. Em sua opinião, "a concentração de meios tende à unificação da linha editorial".

Martín Becerra é diretor do Departamento de Ciências Sociais da Universidad Nacional de Quilmes, de Buenos Aires, Argentina. Seu blog é http://mbecerra.blog.unq.edu.ar. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Qual é a situação da concentração midiática na América Latina?

Martín Becerra - A primeira década do século XXI revela a consolidação do processo de concentração da mídia e do restante das indústrias infocomunicacionais na América Latina. A lógica comercial-financeira das operações das atividades infocomunicacionais conduz, a rigor, a processos de concentração em quase todo o planeta, mas a profundidade e a consolidação com que acontecem na América Latina são distintivas. Esta tendência acaba sobressalente se a observarmos a partir da necessidade de garantir a diversidade de vozes, fontes e atores para assim conseguir introduzir o pluralismo nos sistemas de meios democráticos vigentes nos países da região. De fato, nos últimos anos apareceram informes das Relatorias sobre Liberdade de Expressão da OEA e da ONU que enfatizam sua preocupação pelo tema, o qual se qualifica como "ameaça indireta" à liberdade de expressão. Na América Latina, registram-se altíssimas margens de concentração infocomunicacional, que superam os padrões considerados aceitáveis. Com efeito, de acordo com Albarran e Dimmick (1996), considera-se que a concentração existe e é alta, ao superar uma média de 50% do controle de um mercado por parte dos quatro primeiros operadores e cerca de 75% pelos oito primeiros operadores. Mas, na América Latina, os quatro primeiros operadores superam esses percentuais, e, em algumas ocasiões, apenas dois deles superam as estimativas de alta concentração estipulada para oito empresas (Fonte: Becerra e Mastrini, 2009).

IHU On-Line - Como essa concentração se reflete nos conteúdos veiculados pela mídia?

Martín Becerra - A concentração de meios tende à unificação da linha editorial. É difícil que em um mesmo grupo de comunicação se encontrem divergências profundas sobre temas que são sensíveis na linha editorial. Quando se trata de tomar partido em medidas importantes, é difícil que um mesmo grupo abrigue posições realmente diversas. A falta de diversidade de vozes e fontes informativas realmente diferentes é uma constante dos grupos concentrados de comunicação, cujo menu informativo está longe de ser plural. Os meios não costumam informar com equanimidade quando empresas do mesmo grupo lançam um produto no mercado, do mesmo modo que tampouco são desinteressadas as coberturas noticiosas quando são os competidores (em algum mercado) os que geram o lançamento. A concentração, além disso, vincula negócios do espetáculo (artistas exclusivos), do esporte (aquisição de direitos televisivos), da economia em geral (inclusão de entidades financeiras e bancárias) e da política (políticos convertidos em magnatas de meios ou sócios de grupos midiáticos) com áreas informativas, o que produz repercussões que alteram a pretendida "autonomia" dos meios. Portanto, a concentração conduz a uma redução das fontes informativas (que gera menor pluralidade de emissores), a uma relativa homogeneização dos gêneros e formatos de entretenimento (que implica que se padronizam gêneros e

formatos, resignando diversidade de conteúdos), a uma predominância de estilos e temáticas e para a concomitante oclusão de temas e formatos nos meios de comunicação e no resto das atividades culturais.

IHU On-Line - A digitalização e midiatização emprestam que tipo de peculiaridades à concentração midiática?
Martín Becerra - A convergência tecnológica reforça a possibilidade de que um mesmo emissor concentre diferentes suportes de produção e emissão de conteúdos. Ou seja, que permite acelerar a tendência concentradora do setor da informação e da comunicação ao servir-se de potencialidades convergentes das tecnologias de produção, armazenamento, distribuição, comercialização e monitoramento de demandas no setor dos meios. Por sua vez, para aproveitar o potencial da convergência tecnológica, é preciso avançar no domínio de redes e de infraestruturas de alto custo, o que explica a tendência à convergência dos mercados de telecomunicações, de audiovisual e de informática. Na ausência de um Estado que intervenha com decisão, os atores corporativos mais concentrados são os que costumam tirar proveito desta convergência, e esse processo termina tornando robusta a concentração.

IHU On-Line - Há uma relação direta entre essa concentração e a estigmatização dos movimentos sociais, da pobreza, da mulher e das minorias em geral?
Martín Becerra - Sim, porque a concentração dos meios, com a consequente unificação de gêneros, tendências e fontes, está impulsionada pela necessidade de consolidar mercados de consumo. Por isso, os destinatários mais pobres ou minoritários, ou seja, os que não têm um impacto em termos de consumo, são estigmatizados e expulsos da agenda pública midiática, com exceção de sua inclusão em termos de ameaça (por exemplo, à segurança cidadã), ou em termos de marginalidade (com sua sequela de cândida aceitação do existente a partir do estereótipo do "inadaptado social").

IHU On-Line - Como o senhor percebe o controle estatal e privado dos meios? Quais são os pontos positivos e negativos de cada um desses controles?
Martín Becerra - Na América Latina, há uma falta de tradição no controle estatal da regulação sobre os meios de comunicação, se comparamos com a situação da Europa ou da América do Norte. Na América Latina, ao contrário, o mito da "autorregulação" privada dos meios tem tido um sucesso considerável no imaginário, com os efeitos que hoje se advertem em matéria de descontrole das licenças, a discriminação no acesso à titularidade dos meios de comunicação e

> "Na América Latina, há uma falta de tradição no controle estatal da regulação sobre os meios de comunicação, se comparamos com a situação da Europa ou da América do Norte"

de outras indústrias culturais, a falta de pluralismo e a ausência de diversidade cultural. Os meios privados, logicamente, buscam otimizar seus ganhos e incrementar o lucro. Uma perspectiva democratizadora deveria orientar a ação do setor dos meios de comunicação à regulação equânime, pública, transparente e equitativa. A América Latina mantém uma tradicional debilidade dos poderes públicos para dispor regras de jogo equânimes que garantam o acesso dos diferentes setores sociais, políticos e econômicos à titularidade de licenças (cuja administração, legalmente, é realizada pelo Estado) de rádio e televisão.

IHU On-Line - Quais são os principais desafios da comunicação em nosso continente frente ao cenário de midiatização e crescente digitalização?
Martín Becerra - Considero que os avanços alcançados em alguns países a respeito da discriminação, que significaram, durante décadas, a ausência de políticas de fomento ao acesso equânime às licenças de rádio e de televisão, para consolidarem-se, deveriam se complementar com políticas de construção de serviços públicos – verdadeiramente públicos, ou seja, não-governamentais - audiovisuais; com critérios claros e democráticos de utilização do "dividendo digital"; com a disposição de fundos concursáveis[1] para sustentar apoio econômico à produção de distintos setores sociais e culturais, sobretudo no cenário da digitalização; com a criação de autoridades regulamentadoras e controladoras das licenças que tenham caráter público (ou seja, não-governamental), o que permitiria garantir sua equidistância a respeito dos interesses contrapostos de diferentes atores sociais, políticos e econômicos; com a regulação clara dos fundos que todos os Estados latino-americanos destinam para o financiamento dos meios de comunicação (via publicidade oficial, via perdão de dívidas, via extensão de licenças, entre outras ajudas particulares). Estas medidas requerem a participação e a permanente observação da sociedade, dado que sua implementação pode provocar a erosão de grandes interesses criados.

IHU On-Line – O senhor acredita que está ocorrendo na comunicação uma supervalorização da técnica, ao invés de se privilegiar o elemento humano?
Martín Becerra - Com efeito, a sobrevalorização técnica se verifica, por exemplo, na escolha do modelo de televisão digital que fizeram muitos dos governos de nossa região nos últimos três ou quatro anos, desatendendo os fatores sociais e culturais, mas enfocando quase exclusivamente uma discussão tecnológica. Na realidade, a tecnologia é uma maneira de fazer as coisas, é uma lógica de desenvolvimento de processos que são, ao

1 **Fundos concursáveis:** disponibilizados com base na qualidade do planejamento, na capacidade operacional do órgão e nos resultados projetados. (Nota da **IHU On-Line**)

mesmo tempo, sociais, organizativos, culturais, econômicos e políticos. Por isso, pensar no "fator humano" presumiria investir o tipo de comportamento, por exemplo, com televisão digital, e diagnosticar quais usos, necessidades e apropriações realizam os profissionais do audiovisual e depois, em função desses usos, quais as necessidades e apropriações para definir normas técnicas.

IHU On-Line - Em que medida essa postura reflete uma inversão de valores e uma característica da pós-modernidade?

Martín Becerra - Creio que o fetichismo da tecnologia é um traço moderno antes que pós-moderno e que remete a uma racionalidade técnica, brilhantemente analisada por Adorno[2] e Horkheimer.[3] Em todo caso, se for também um traço pós-moderno, se trataria de uma continuidade própria do universo conceitual da modernidade. Há linearidade a respeito, se bem que podem se apreciar mudanças na velocidade com a que se entronizam e se descartam as tecnologias, para serem substituídas por novos artefatos cuja vida útil será, também, breve. O certo é que a disseminação tecnológica conduz a uma saturação de fluxos informativos e de torrente de dados graças ao constante investimento tecnológico que exclui o "fator humano". Por isso, quando se fala de brecha digital, se esquivam outras brechas, sociais, econômicas, culturais e políticas, que são as estruturas da brecha digital. Ainda que, certamente, a brecha digital também estrutura e condiciona as modalidades de organização das outras brechas no futuro.

2 **Theodor Wiesengrund Adorno** (1903-1969): sociólogo, filósofo, musicólogo e compositor, definiu o perfil do pensamento alemão das últimas décadas. Adorno ficou conhecido no mundo intelectual, em todos os países, em especial pelo seu clássico *Dialética do Iluminismo*, escrito junto com Max Horkheimer, primeiro diretor do Instituto de Pesquisa Social, que deu origem ao movimento de idéias em filosofia e sociologia que conhecemos hoje como Escola de Frankfurt. (Nota da **IHU On-Line**)

3 **Max Horkheimer** (1895-1973): filósofo e sociólogo alemão, conhecido especialmente como fundador e principal pensador da Escola de Frankfurt e da teoria crítica. (Nota da **IHU On-Line**)

Participação norteia debates do Mutirão

Guillermo Mastrini defende que o Estado, o setor público, tem que estabelecer um marco regulatório que permita a participação do conjunto da sociedade em condições igualitárias, ou seja, a tarefa fundamental do setor público é garantir a participação cidadã

Por Graziela Wolfart e Márcia Junges | Tradução Moisés Sbardelotto e Patrícia Pizzorno

Ao refletir sobre a realização do Mutirão da Comunicação, o professor Guillermo Mastrini destaca que, pela primeira vez, "há uma importante participação social que propõe que os meios de comunicação devem contar com a participação cidadã. Isto é, que a organização dos sistemas dos meios de comunicação social (MCS) deve contar com uma importante participação cidadã". Na entrevista que segue, concedida por skype à **IHU On-Line**, Mastrini identifica que estamos diante de um novo momento histórico, onde "todas as instâncias de organização e de difusão que sirvam para afiançar a participação da sociedade em relação à organização dos sistemas de meios de comunicação devem ser estimuladas e apoiadas". E sobre as novas tecnologias ele argumenta que "o desafio é fazer um uso alternativo dessa nova tecnologia da comunicação e da informação e aproveitar o que essas novas tecnologias potencialmente estimulam".

Guillermo Mastrini é licenciado em Ciências da Comunicação pela Universidade de Buenos Aires - UBA, e doutor em Comunicação pela Universidade Complutense de Madrid. É professor na Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires - UBA. Confira a entrevista.

IHU On-Line – Os meios de comunicação social na América Latina expressam de verdade as ideias e a vontade do povo? Por quê? Poderia dar um panorama geral da situação?

Guillermo Mastrini – Acredito que efetivamente a questão da comunicação na América Latina teve um auge importante. Isto é, entrou no centro da cena. Diferentemente do que aconteceu nos anos 90, quando houve importantes transformações da área da comunicação, mas que foram feitas praticamente sem nenhum tipo de debate público, neste momento, há um importante debate em muitos países da América Latina sobre o lugar e o papel dos meios de comunicação. E, pela primeira vez, esse debate não está sendo realizado só a partir da perspectiva das grandes empresas de comunicação. Pela primeira vez, há uma importante participação social que propõe que os meios de comunicação devem contar com a participação cidadã. Nesse sentido, parece-me que temos exemplos de sobra: as Constituições da Bolívia e do Equador já mencionam que a comunicação é um direito humano; a recente lei de serviços de comunicação audiovisual que foi aprovada na Argentina e que reserva 33% do espectro radioelétrico para as instituições sociais sem fins lucra-