



Quem produz a informação que está na **rede**?

Portais noticiosos e Google controlam 75% do tráfego de internet no Brasil, a resistência a essa concentração passa pela produção de conteúdo independente e pela organização coletiva.

LUANA MENEGUELLI BONONE¹

128 PESSOAS foram assassinadas por um grupo extremista em Paris no último 13 de novembro, causando grande comoção em todo o planeta. De fato foi um fato terrível, digno de indignação por parte de todos os povos. Entretanto, a mesma comoção não ocorreu em 2 de abril, quando mais de 140 quenianos foram mortos em suas moradias universitárias por integrantes do grupo islâmico Al Shabaab (vinculado à Al Qaeda), que faziam apenas uma pergunta antes de fuzilar centenas de jovens: “você é cristão ou muçulmano?”.

Não se trata de medir as emoções ou condenar o sentimento de impotência, tristeza ou indignação diante de tais ataques. A questão é: por que uma informação chega a todo o planeta, com cobertura ao vivo, milhões de artigos, charges e informações detalhadas distribuídas por todos os meios de comunicação, e a outra não? Por que não são divulgados o financiamento de países como Estados Unidos ao surgimento da

Al Qaeda de Bin Laden, ou da Inglaterra e mesmo da França ao surgimento de grupos similares, com armas e recursos destinados grupos caracterizados como “rebeldes” no Oriente Médio? Por qual motivo não recebemos informações sobre os ataques a civis (cidadãos comuns, como eu e você) feitos por drones² militares de países poderosos na Líbia e na Síria?

A resposta é ao mesmo simples e complexa. Simples porque trata-se de uma relação direta entre comunicação e poder, à medida que as grandes empresas de comunicação são empreendimentos bilionários que trabalham com informação e entretenimento, de forma que o conteúdo veiculado está ligado a este aparato de dinheiro e poder de maneira inextricável. E complexa porque apenas o fato de ser uma indústria bilionária não explica o fato das pessoas que trabalham para essas empresas adotarem sua ideologia, sua visão de mundo. Quer dizer, os jornalistas não fazem as matérias como fazem porque são obrigados,



trata-se de uma construção de discurso e de visão profissional bastante sofisticada. As pessoas escolhem dar mais visibilidade a um evento (ou tragédia) do que outro porque estão convencidas de que umas vidas são mais importantes do que outras, em última instância. São redes diversas de relações que se misturam e se complementam em meio à profusão de informações e discursos que invadem a nossa realidade e pulam sobre a tela a cada momento, formando uma visão de mundo em que tudo é consumível e, portanto, descartável – tudo e todos.

NOVAS TECNOLOGIAS

Esta rede é ainda mais complexa nos dias atuais, cheios de dispositivos móveis, aparelhos minúsculos ou com telas imensas que nos apresentam a possibilidade de navegar por qualquer conjunto de informações que desejarmos. Tablets, smartTVs, smartphones, iphones, notebooks, netbooks e mais uma infinidade de novas tecnologias que nos permitem estar conectados a todo instante, tornando obsoleta a ideia de divisão entre real e virtual. O virtual compõe a realidade tanto quanto a tecla do computador onde digito este texto agora. E as possibilidades de busca por informações parecem infinitas neste mundo digitalizado e conectado. Entretanto, não podemos ignorar que para uma informação circular ela precisa ser produzida... alguém precisa ter colocado a informação lá – seja na página da revista, no site ou na rede social.

Cresce o uso da internet no Brasil, inclusive plataformas e aplicativos que permitem ao usuário produzir sua própria informação. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, conduzida pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), 51% dos entrevistados ainda não utilizam a internet, contudo, entre os usuários, a exposição é intensa: 76% das pessoas acessam a internet todos os dias, com uma exposição média diária de 4h59 de 2ª a 6ª-feira e de 4h24 nos finais de semana. O percentual é alto também entre os jovens (até 25 anos): 65% deles acessam internet todos os dias. Essas pessoas estão em busca, principalmente, de informações (67%) – sejam elas notícias sobre temas diversos ou informações

de um modo geral –, de diversão e entretenimento (67%), de uma forma de passar o tempo livre (38%) e de estudo e aprendizagem (24%), de acordo com a pesquisa.

É importante notar que há gargalos para o uso da internet: além da falta de interesse (43%), a falta de habilidade com o computador (41%) – que afeta as pessoas mais velhas e menos escolarizadas –, a falta de necessidade (24%) e os custos que envolvem o uso das novas mídias (14%) – que impacta os mais pobres – estão entre as principais razões pelas quais muitos brasileiros não utilizam as novas mídias. Para ilustrar melhor, cabe ressaltar que, entre os entrevistados com renda familiar mensal de até um salário mínimo (R\$ 724), a proporção dos que acessam a internet pelo menos uma vez por semana é de 20%. Quando a renda familiar é superior a cinco salários mínimos (R\$ 3.620 ou mais), a proporção sobe para 76%.

Entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas, estão o Facebook (83%), o Whatsa-pp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%). O Twitter, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado apenas por 5% dos entrevistados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.

O PODER DA TELEVISÃO NO BRASIL

No Brasil, embora a internet e principalmente as redes sociais tenham se tornado rapidamente parte do cotidiano das famílias, a televisão ainda se mantém como um instrumento poderoso de informação e entretenimento. No ano de 2013, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD, do IBGE, revelou a existência de 65,3 milhões de domicílios no Brasil, com a média de 3,1 moradores cada, sendo 85,6% deles em zona urbana (IBGE, 2014). O último Censo havia contabilizado 190.732.694 habitantes, em 5.565 municípios (IBGE, 2010). A televisão aberta está presente em impressionantes 97,2% deles – percentual maior do que o de domicílios com abastecimento de água, por exemplo: 93,5% (IBGE, 2014). Quanto à TV por assinatura, de acordo com os dados da Anatel de maio de 2015, atinge 18.155.003 assinantes em 28.049.183 domicílios, distribuídos em 448 municípios (ANATEL, 2015)

¹ Luana Meneguelli Bonone tem 33 anos, é jornalista, mestra em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e secretária regional adjunta da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) na área que abrange RJ e ES.

² Drones são veículos aéreos não tripulados. Neste caso, são aviões de guerra que não necessitam de pilotos para levar bombas até o local que se pretende destruir.

– o que representa 8,05% do total.

Embora o acesso a TV por assinatura no Brasil ainda seja muito restrito quando comparado à TV aberta, esse é um mercado em expansão³, um novo modelo de negócio que tem potencial para impactar inclusive a própria TV aberta. No artigo “Nas pegadas da TV digital: como e por que o capital reinventou a televisão”, o professor da UFRJ Marcos Dantas debate o desenvolvimento da TV Digital em diversos países e as disputas políticas e econômicas em torno deste processo. Em suas conclusões, o pesquisador afirma que “a partir dos anos 1980, sobretudo nos Estados Unidos e na Europa, a TV por assinatura começou a tomar audiência da TV aberta por oferecer ‘canais’ segmentados,

política, cultural ou ambas. Os Estudos Culturais conduzidos na América Latina também afirmam a importância dos meios de comunicação de massa nas relações que se estabelecem em uma determinada sociedade. Segundo tal corrente teórica, tendo como referência Stuart Hall (1980), os meios de comunicação de massa oferecem uma representação da realidade social, que influencia e é também influenciada pela opinião pública (WOLF, 2005). As disputas simbólicas são importantes no sentido de resistir a hegemonias que padronizam os indivíduos e subjugam os povos, conforme ilustra o emblemático desenho do uruguaio Torres-García “América invertida”, de 1943, que deslocou o mapa da América do Sul (BRAGANÇA, 2011), reproduzida a seguir.



Legenda: Reprodução da ilustração “América invertida”, de Joaquín Torres-García (1943), exposta no Museu Torres-García, em Montevideu (Uruguai).

Dados fornecidos pela Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2015) dão conta de que, na TV por assinatura, há maior presença do conteúdo estrangeiro em relação ao conteúdo nacional. A Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que organiza o funcionamento das operadoras de televisão a cabo por assinatura, previu a destinação de um canal para o conteúdo nacional (BRASIL, 1995). O Decreto nº 2.206, de 14 de abril de 1997, regulamentou a Lei do Cabo e determinou que as operadoras ofertassem ao menos um canal exclusivo para obras cinematográficas e audiovisuais de produção independente (BRASIL, 1997).

filmes e séries hollywoodianos, esporte e demais conteúdos de entretenimento”. (DANTAS, 2007, p. 74). Atualmente, a TV por assinatura abocanha cerca de 90% da audiência nos Estados Unidos.

Apenas em 2011 foi aprovada uma lei para regular o conjunto do que se chamou Serviço de Acesso Condicionado (SeAC)⁴, a TV por assinatura. Trata-se da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Tal legislação é bastante abrangente em termos de regulação, mas chama a atenção uma obrigatoriedade em especial colocada aos órgãos regulados: a veiculação de programação brasileira, incluindo quantidade de horas reservadas em horário nobre,

Além de um grande nicho de negócio que vive um momento importante de disputas em todo o globo, cabe ressaltar que a indústria do entretenimento tem um papel fundamental em termos de disputa de hegemonia, seja

³ Entre 2004 e 2014, a população brasileira aumentou 11% e o número de assinantes de TV, 420% (ANCINE, 2015). Para mais sobre os números da TV por assinatura no Brasil, conferir a página eletrônica da ABTA: <http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp>. Acesso em 20 set 2015.

⁴ Serviço de Acesso Condicionado: serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer.

⁵ A Diretiva do Serviço Audiovisual está disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:PT:PDF>>.



assim como exigência de que parte desta programação seja de produtoras brasileiras. Além disso, a exigência de que as operadoras ofertem canais brasileiros foi ampliada.

Há alguns exemplos internacionais de proteção ao audiovisual, como o modelo da União Europeia, que define a veiculação de cotas mínimas de conteúdo produzido no bloco, conforme a Diretiva do Serviço Audiovisual⁵, ou o modelo que vigorou nos Estados Unidos de 1970 a 1995 por decisão da Suprema Corte, limitando as horas de programação produzidas pelas próprias redes, de modo a permitir o florescimento de um mercado independente⁶. Mesmo no Brasil, a própria Constituição Federal determina a criação de percentuais que contemplem a presença de conteúdo nacional regional e independente na televisão e em qualquer meio de comunicação social eletrônica, na forma da lei – ainda que este artigo esteja pendente de regulamentação há 27 anos. Entretanto, salvo melhor informação a respeito, não há legislação equivalente à Lei 12.485/2011 em termos de estabelecimento de cotas de programação nacional em TVs pagas. Políticas como essa fomentam a produção nacional e interferem diretamente na conformação deste modelo de negócio no Brasil. Entretanto, outras novidades como vídeo por demanda ainda carecem de regulamentação – o Netflix sequer paga imposto no país ainda. E mesmo atividades muito antigas, como a televisão aberta e o rádio, carecem de um marco regulatório minimamente republicano, afinal, nenhum dos artigos da Constituição de 1988 que tratam de Comunicação foi regulamentado até hoje. Dessa maneira, embora muito positiva e travando uma disputa fundamental, a lei 12.485/11 não passa de uma gota no oceano.

CORONELISMO ELETRÔNICO

É pela ausência de regulação e pela concentração dos meios de comunicação de massas nas mãos de poucas famílias que pesquisadores da UFRJ dão o nome às relações entre mídia e poder no país de “Coronelismo Eletrônico”. O fenômeno diz respeito à posse e utilização política de estações de rádio e de televisão por grupos familiares das elites políticas locais ou regionais. Para que se entenda

melhor do que trata este conceito, é importante apresentar os dados divulgados pela Revista Fórum a respeito do projeto “Donos da Mídia”, que cruzou informações da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), entre os anos 1987 e 2008, e levantou que, até 2008, 271 políticos estavam ligados, direta ou indiretamente, em negócios com 324 empresas de comunicação. A pesquisa também atenta para o fato de que o governo José Sarney (1985-1990) foi o campeão de outorgas de rádio e TV: 527 concessões e permissões de emissoras de rádio e TV e, a maior parte das concessões foram para parlamentares que, de acordo com a pesquisa, “posteriormente votaram pela aprovação do quinto ano de seu mandato”⁷.

Embora este termo, “coronelismo” remeta a algo atrasado, obsoleto, antigo (e de fato essa prática política é velha e carcomida), trata-se de algo, ao mesmo tempo, extremamente atual, como o poderio de políticos sobre os meios de comunicação demonstram. Por essas e outras, no texto “A Ditadura da Mídia”, Altamiro Borges, do Centro de Estudos da Mídia Barão de Itararé, demonstra como a concentração de mídia é poderosa no mundo todo, e no Brasil de maneira especial, além de identificar a mídia como um verdadeiro partido político, a que o movimento de blogueiros denomina PIG – Partido da Imprensa Golpista. Bom, mas se o uso da internet cresce e as novas mídias são uma realidade cada vez mais presente, sobretudo entre os jovens, e trazem possibilidade de produção e circulação de informações de maneira independente, por que devemos nos preocupar com a concentração da mídia?

Embora todos sejamos produtores de informação em potencial, é importante observar o fluxo das informações, ou seja, onde elas são produzidas, por onde circulam, que público atingem. Ainda que haja uma febre de vídeos e postagens que viralizam, atingindo grandes contingentes de usuários de diversas redes e meios de comunicação, o grosso da informação que circula no mundo, mesmo pelos blogs, pelo youtube, pelas mídias sociais, pelo whatsapp e por outros instrumentos de produção e circulação de informação, ainda é produzida pelas grandes empresas de entretenimento e informação, conforme divulgou o Blog

Acesso em 14 set 2015.

⁶ Em 1970 a Suprema Corte dos EUA emitiu a decisão Financial Interest and Syndication Rules (Fin-Syn). A medida vigorou até 1995 e incentivou o mercado de produção independente no país.

⁷ Reportagem da Fórum disponível em: <<http://revistaforum.com.br/digital/179/coronelismo-eletronico-partidos-contra-regulacao-da-midia-sao-os-campeoes-de-concessao-em-radio-e-tv/>>. Acesso em 27/11/2015.

Jornalismo nas Américas:

A navegação de grande parte dos internautas brasileiros começa pelos portais de notícias, segundo apresentação da agência JWT durante o evento Social Media Week, realizado em São Paulo. Sites como Globo.com, Terra, iG e UOL são responsáveis - ao lado dos serviços de busca Google, Orkut e Youtube - por 75% de pageviews no Brasil, informa agência com base em dados levantados pelo instituto de pesquisa (Ibope). Sem as ferramentas do Google, metade do tráfego de usuários brasileiros na web está centralizada em veículos de imprensa⁸.

As mídias sociais integram a indústria do entretenimento e da informação e contribuem cada vez mais para gerar bilhões de dólares aos empresários deste nicho. Assim, toda informação que produzimos ou fazemos circular funciona como trabalho gratuito que ajuda a alimentar tais lucros exorbitantes. Além disso, conforme a citação feita, a maior parte da informação que circula na verdade são reproduções do que é elaborado pelas grandes empresas de comunicação. Dessa forma, a produção de informação permanece bastante concentrada, por mais que tenham se alastrados os instrumentos para que indivíduos e mesmo coletivos possam produzir e colocar em circulação seus projetos, ideias, ações, etc.

Cabe destacar que a tendência é que a TV e o rádio não deixem de existir, mas mudem de função. Para uma referência histórica, quando surgiu a fotografia, disseram que a pintura deixaria de existir; quando nasceu o cinema, houve quem anunciasse a morte da fotografia; uma vez inventada a televisão, logo surgiram vozes para decretar o fim do rádio... e no entanto todos esses meios de comunicação perduram, cada um com sua função e principalmente sua linguagem. As empresas que se destacam são justamente as que conseguem compreender a mudança das linguagens e adequar seus produtos. Ocorre que, desta maneira, acabam por pautar a maneira como as pessoas utilizam os meios de comunicação, assim mantém a concentração da produção de informação ao mesmo tempo em que renovam a sua credibilidade, pautando valores e moldando a forma como as pessoas se relacionam. Ou seja, a forma de produção e circulação da informação e do entretenimento tem impacto direto sobre as relações

sociais. Por isso os centros de produção de informação e entretenimento tendem a continuar concentrados (como indústria), ainda que se multiplique a produção e reprodução gratuita e/ou voluntária que nós praticamos com o uso cotidiano das mídias sociais.

Controle e resistência

Por fim, vale lembrar que há cada vez mais instrumentos de controle e direcionamento nos monitorando. Se resolvemos dar uma olhada naquele tênis que estamos com vontade de comprar, só para saber o preço, o anúncio deste mesmo tênis nos perseguirá a cada clique, em cada aplicativo e mídia social que utilizarmos. A mesma lógica é adotada nas buscas que fazemos, enfim, em tudo o que utilizamos na internet... nossos comportamentos tornam-se algoritmos que geram lucro.

Bom, diante de cenário tão monstruoso de lucro, poder e controle, cabe-nos resistir. A juventude é normalmente identificada como a principal beneficiária da revolução tecnológica que vivemos. Mas é importante perceber também que será a mais atingida, visto que as novas tecnologias afetam nossa percepção de mundo e as relações sociais, como já dito. Diante deste cenário, é importante buscar uma leitura crítica da realidade e fortalecer a organização coletiva. Há diversos movimentos internacionais que visam resistir às restrições de uso da internet que se avizinham, como a ameaça à neutralidade da rede. Mobilizam-se contra medidas de governos dos países centrais do capitalismo que tendem a favorecer a lógica de consumo e atacam o uso livre das mídias. Grupos de hackers se organizam para quebrar códigos e abrir tecnologias. Há também uma preocupação com a concentração da mídia. Até mesmo a Unesco tem feito esta discussão, diante da ameaça que tal concentração representa para a democracia.

Também no Brasil há diversos movimentos que se organizam em torno do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, como o Centro de Estudos da Mídia Barão de Itararé, o Intervozes, o Mídia Ninja, o Núcleo Piratininga de Comunicação, Jornalistas Livres, entre outros. Procure um coletivo e participe desta luta, seja um midialivista e contribua para o movimento de resistência ao monopólio e de produção de informação independente.

⁸ Matéria disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/portais-noticiosos-e-google-controlam-75-do-trafego-de-internet-no-brasil>>. Acesso em 27/11/2015.