

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

PEDRO AGUIAR

**SISTEMAS INTERNACIONAIS DE INFORMAÇÃO SUL-SUL:
*do pool não-alinhado à comunicação em redes***

Rio de Janeiro, março de 2010

PEDRO AGUIAR

SISTEMAS INTERNACIONAIS DE INFORMAÇÃO SUL-SUL:

do *pool* não-alinhado à comunicação em redes

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

ORIENTADORA: Suzy dos Santos

Rio de Janeiro, março de 2010

FOLHA DE APROVAÇÃO

A dissertação “SISTEMAS INTERNACIONAIS DE INFORMAÇÃO SUL-SUL: do pool não-alinhado à comunicação em redes”, realizada por Pedro Aguiar, aluno do mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, linha de pesquisa Mídias e Mediações Socioculturais, foi, em/...../2010, pela banca composta pelos seguintes membros:

Profa. Dra. Suzy dos Santos (Orientadora)

Profa. Dra. Maria José Baldessar (UFSC)

Profa. Dra. Sonia Virginia Moreira (UERJ)

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Bogdan Osolnik, membro da Comissão MacBride e *partizan* iugoslavo;

Na Tanjug, a Igor Radojčić e Sanja;

Na Biblioteca Nacional da Sérvia, Vesna Injac-Malbaša, Slađana Stojaković, Dragana Grujić, Snežana, Miki e Monika;

Na Universidade de Belgrado, ao Professor Miroljub Radojković;

Na Biblioteca da UNESCO, a Petra van den Born;

No UNIC-Rio, a Giancarlo Summa e Valéria Schilling;

Na UFRJ, a Suzy dos Santos, Mohammed ElHajji e Cristina Rego Monteiro, e a Arthur Vinícius da Costa Ferreira Pinto e Jorgina da Silva Costa;

Na Eslovênia, à família Jeran (Jurka, Katarina e Matjaž) e ao Professor Slavko Splichal;

Na Sérvia, a Nikola Matevski, Branka Milašinović-Matevski, Slobodan Matevski, Nemanja Matevski, pela amizade, carinho, acolhida e assistência de uma segunda família;

ao embaixador Dante Coelho de Lima, André de Lima e conselheiro Ljubomir Orlović;

ao Prof. Branislav Gosović, pelo encorajamento, contatos e informações de bastidores;

a Mladen Ćirić, pelas traduções, pelo incentivo e pela amizade;

a Stevan Milutinović, pela introdução a uma língua fascinante e bela;

a Predrag Dragosavac, Mirko Jankov e Fernanda Florentino, pela acolhida e pelo socorro;

a Nebojša Misković, pela amizade, pelas dicas e pela *rakija*;

a Danica Radovanović, Marina Stojadinović, Andrea Pervanski, Mirka Pejanović e Snežana Stanojević;

a Nikola Grujić e Milica Grujić, pela amizade, pela música e pela *slava*;

a Srbo Slav Subotić e Valyantsina Malinava, pela amizade, pelo apoio, pelos agasalhos e pela confiança;

a Maria Teresa de Almeida, por compartilhar do sonho;

aos companheiros Julio Cruz Neto, Marina Terra, Daniella Fernandes e Thaís Romanelli, pelo incentivo e compreensão nas horas necessárias;

aos colegas e amigos Igor Sacramento, Larissa Grutes, Fernanda Pereira Ferreira, Eduardo Plastino, Carla Marques, Sérgio Luiz Tavares Filho e Beatriz Porto Gonçalves;

às minhas avós;

aos meus pais.

DEDICATÓRIA

Esta dissertação é dedicada a Alcides do Nascimento Lins, estudante da Universidade Federal de Pernambuco, de origem humilde, aprovado no vestibular em primeiro lugar entre alunos da rede pública e assassinado no ano de sua formatura, em 2010, na porta de casa. Que sua história nunca desestimore, mas encoraje outros Alcides, do Brasil e do mundo, a lutar.

RESUMO

Entre as décadas de 1970 e 1980, uma iniciativa inédita uniu países em desenvolvimento no campo da comunicação: o *Pool* de Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados (NANAP, na sigla em inglês), uma cooperativa de agências nacionais de países do então chamado Terceiro Mundo integradas em um sistema internacional para trocar informações jornalísticas primordialmente entre o que hoje se conhece como eixo Sul-Sul. A experiência foi liderada pela agência oficial da Iugoslávia, a Tanjug, e era promovida pelo Movimento dos Países Não-Alinhados (NAM) no contexto da luta por um reordenamento das estruturas de comunicação internacional, conhecida como NOMIC (Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação). Durante pelo menos os primeiros cinco anos, o *pool* constituiu uma resposta pragmática aos anseios terceiro-mundistas pela mudança na cobertura internacional e pela abertura de fluxos Sul-Sul de informação qualitativa e quantitativamente mais equilibrada. Mais que isso, a própria organização e operacionalidade do NANAP se caracterizavam pela descentralização, maleabilidade e livre-associação, aspectos fundamentados nos princípios do socialismo autogestionário iugoslavo e que se mostrariam especialmente adequados às condições de produção nas sociedades periféricas do capitalismo. Este trabalho investiga as marcas deixadas pela experiência não-alinhada nas atuais iniciativas contra-hegemônicas articuladas em rede e na cooperação Sul-Sul em matéria de comunicação internacional para a constituição de sistemas de informação independentes da hegemonia das agências do Primeiro Mundo.

Palavras-chave: Não-alinhamento. Agências de Notícias. Jornalismo Internacional. Cooperação Sul-Sul. Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação.

ABSTRACT

In the 1970s and 1980s, an unprecedented enterprise gathered developing countries in the field of communication: the Non-Aligned News Agencies Pool (NANAP), a syndicate of national news agencies from nations of then-called Third World, threaded into an international system to exchange news, primarily among what is nowadays known as the South-South axis. The experiment was led by the state agency of Yugoslavia, Tanjug, and was fostered by the Non-Aligned Movement (NAM) within the framework of the struggle for redesigning the structures of international communication, known as NWICO (New World Information and Communication Order). During at least its first five years, the Pool meant a pragmatic answer to the Third World calls for a change in foreign news coverage and for opening South-South flows of information in a qualitatively and quantitatively balanced way. Moreover, the very organization and operation schemes of the NANAP were distinguished by de-centralization, pliability and free membership, all features grounded on the principles of Yugoslav self-management socialism and which would prove especially fitting to the production conditions in peripheral societies of capitalism. This thesis investigates the legacy of the non-aligned enterprise in current counter-hegemonical developments hinged on networks and in South-South cooperation for international communication in order to build information systems which are independent from the hegemony of First World news agencies.

Keywords: Non-alignment. News agencies. International Journalism. South-South Cooperation. New World Information and Communication Order.

RESÚMEN

En las décadas de 1970 y 1980, una iniciativa inédita ha unido países en desarrollo en el campo de la comunicación: el *Pool* de Agencias de Prensa de Países No-Alineados (NANAP, por su sigla en inglés), una cooperativa de agencias nacionales de países del llamado Tercer Mundo integradas en un sistema internacional para intercambiar informaciones periodísticas primariamente entre lo que hoy día se conoce como eje Sur-Sur. La experiencia ha sido liderada por la agencia oficial de Yugoslavia, Tanjug, y era impulsada por el Movimiento de Países No-Alineados (NAM) en el marco de la lucha por un reordenamiento de las estructuras de comunicación internacional, conocida como NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación). Durante al menos los primeros cinco años, el *pool* se constituyó una respuesta pragmática a los deseos tercermundistas por el cambio en la cobertura internacional y por la abertura de flujos Sur-Sur de información cualitativa y cuantitativamente más equilibrada. Además, la propia organización y operabilidad del NANAP se caracterizaban por la descentralización, maleabilidad y libre-asociación, aspectos fundamentados en los principios del socialismo autogestionario yugoslavo y que se mostrarían especialmente adecuados a las condiciones de producción en las sociedades periféricas del capitalismo. Este trabajo investiga las marcas dejadas por la experiencia no-alinhada en las actuales iniciativas contrahegemónicas articuladas en red y en la cooperación Sur-Sur en materia de comunicación internacional para la constitución de sistemas de información independientes de la hegemonía de las agencias del Primer Mundo.

Palabras-clave: No-alineamiento. Agencias de Prensa. Periodismo Internacional. Cooperación Sur-Sur. Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1. MARX EXPLICA A REUTERS	
1.1. Agências de notícias sob a economia política da comunicação	11
1.2. Função econômica das agências de notícias	12
1.3. Modelo de produção das agências de notícias	17
1.4. Agências de notícias e o Estado	26
1.5. Sistema internacional de informação das grandes agências	28
2. COMUNICAÇÃO E AUTOGESTÃO	
2.1. Breve história da Iugoslávia	38
2.2. A proposta autogestionária	41
2.3. O socialismo autogestionário iugoslavo	43
2.4. Mídia e socialismo	47
2.5. Autogestão e práxis jornalística	49
2.6. Tanjug – uma agência não-linear	52
3. NANAP: FACE PRAGMÁTICA DA NOMIC	
3.1. Dificuldades com acesso a fontes	57
3.2. Demandas e razões para a cooperação entre agências	59
3.3. Criação e princípios do NANAP	67
3.4. A Tanjug como líder do <i>pool</i> não-alinhado	74
3.5. Intercâmbio de material noticioso	82
3.6. Equipamento e treinamento de jornalistas	86
3.7. Lobby pró-Terceiro Mundo em organismos multilaterais	88
3.8. Limites, problemas e o longo ocaso do NANAP	91
4. COMUNICAÇÃO SUL-SUL, ESPAÇO E REDES	
4.1. Cooperação Sul-Sul em comunicação	102
4.2. Não-alinhamento, autogestão e espaços da comunicação Sul-Sul	105
4.3. Construção do espaço sob o capital	108
4.4. Espaços de comunicação como campos de luta	111
CONSIDERAÇÕES FINAIS	118
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	128
ANEXOS	

LISTA DE SIGLAS

ADN – Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst (Serviço Noticioso Geral Alemão)
AFP – Agence France-Presse (Agência de Imprensa Francesa)
AGERPRES – Agenția Română de Presă (Agência Romena de Imprensa)
AP – Associated Press
ČTK – Československá tisková kancelář (Agência de Notícias Tchecoslovaca)
DPA – Deutsche-Presse Agentur (Agência de Imprensa Alemã)
EFE – agência de notícias espanhola (não é sigla)
EPC – Economia Política da Comunicação
INA – Iraq News Agency (Agência de Notícias do Iraque)
IPDC – Programa Internacional para o Desenvolvimento das Comunicações (ONU)
IRNA – Islamic Republic News Agency (Agência de Notícias da República Islâmica, Irã)
MAP – Maghreb Arabe-Presse (Agência de Imprensa Marroquina)
MTI – Magyar Távirati Iroda (Agência de Notícias Húngara)
NAM – Movimento dos Países Não-Alinhados (sigla em inglês)
NANAP – *Pool* das Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados (sigla em inglês)
NNN – Non-Aligned News Network
NOEI – Nova Ordem Econômica Internacional
NOMIC – Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação
NTICs – Novas Tecnologias de Informação e Comunicação
PAP – Polska Agencja Prasowa (Agência de Imprensa Polonesa)
SKJ – Savez Komunista Jugoslavije (Liga dos Comunistas da Iugoslávia)
SSRNJ – Socijalističkog saveza radnog naroda Jugoslavije (União Socialista do Povo Trabalhador da Iugoslávia)
TANJUG – Telegrafska Agencija Nove Jugoslavije (Agência Telegráfica da Nova Iugoslávia)
TAP – Tunis Afrique Presse (Tunísia África Imprensa)
TASS – Телеграфное агентство Советского Союза / Tieliegráfoie Aguêntstvo Soviétского Soiuza (Agência Telegráfica da União Soviética)
UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura
UIT – União Internacional das Telecomunicações

ÍNDICE DE FIGURAS

QUADRO I - Função múltipla das agências de notícias	13
QUADRO II - Tamanho das 10 maiores agências internacionais de notícias	14
QUADRO III - Linha de produção das agências de notícias	19
QUADRO IV - Fluxo genérico da informação de agências internacionais	20
QUADRO V - Pirâmide das agências de notícias	23
QUADRO VI - Agências de notícias comerciais brasileiras	25
QUADRO VII - Mapa do Cartel das Agências Européias (1859-1918)	32
QUADRO VIII - Modelos de sistemas nacionais de agências (1952)	34
QUADRO IX - Poder, mídia e público em sociedades comunistas-totalitárias e democrático-burguesas	48
QUADRO X - Evolução do número de agências participantes do NANAP	68
QUADRO XI - Agências participantes do NANAP	70
QUADRO XII - Telecomunicações entre os países não-alinhados participantes	71
QUADRO XIII - Rede de distribuição da Tanjug na Europa	79
QUADRO XIV - Rede de distribuição da Tanjug no mundo	79
QUADRO XV - Radiotransmissão da Tanjug com agências do NANAP	80
QUADRO XVI - Média de produção das agências transnacionais de notícias	92
QUADRO XVII - Países-membros do Movimento Não-Alinhado em 1975-1980	105

OBS.: Todos os quadros, gráficos, mapas e tabelas são de elaboração do autor a partir de informação das fontes, exceto quando expressamente indicados como reproduzidos.

INTRODUÇÃO

Esta dissertação é sobre o *Pool* das Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados¹ (NANAP, pela sigla em inglês) e as suas características e inovações que podem constituir balizas para a comunicação internacional entre países em desenvolvimento atualmente. O NANAP foi uma iniciativa promovida pelo Movimento dos Países Não-Alinhados e capitaneada pela antiga Iugoslávia a partir de 1975, permanecendo oficialmente existente até 2005. No entanto, seu período de maior atividade concentrou-se no primeiro quinquênio, graças a diversos fatores convergentes que desestabilizaram sua rotina produtiva e seu papel político a partir de 1980. Muito além do intercâmbio de conteúdo jornalístico e coberturas conjuntas típicas de um *pool* de imprensa, o consórcio promoveu ainda a criação e modernização de novas agências de notícias nos países onde não existiam, a capacitação de jornalistas e técnicos com cursos e treinamentos, a aquisição de equipamentos e teve papel político destacado ao realizar *lobby* pró-Terceiro Mundo junto às organizações multilaterais de comunicações, como a União Internacional de Telecomunicações (UIT). Fato é que, durante estes cinco anos, o NANAP significou uma experiência concreta na formação de um sistema internacional de informação voltado especificamente para países subdesenvolvidos (especialmente na África e no sul da Ásia), o chamado eixo Sul-Sul, e é com os aspectos singulares de tal empreitada que este trabalho se preocupa.

¹ Diferentes nomenclaturas e traduções são utilizadas para a iniciativa, em distintas línguas. A forma mais regular em inglês, *Non-Aligned News Agencies Pool*, é adotada por Boyd-Barrett (1980) e outros, derivando no acrônimo NANAP. Em francês e em espanhol, o anglicismo *pool* é, por vezes, traduzido respectivamente como *consorce* e *colectivo*, mas em outras permanece sob a forma original. Todos os idiomas variam entre incluir ou não o vocábulo “países” no nome. Em servo-croata, idioma de origem da maior parte da bibliografia consultada, o termo constante é *Pul novinskih agencija nesvrstanih zemalja*, o que se traduz literalmente por “*Pool* das Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados”, razão pela qual decidiu-se adotar aqui esta forma.

Não por acaso, o período coincide com o auge dos debates acerca da Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC), um movimento global nascido justamente na esfera dos não-alinhados e para o qual o *pool* de agências se pretendia uma resposta pragmática. A rápida gênese e o longo ocaso do NANAP são indissociáveis da trajetória política traçada pela campanha de oposição à hegemonia setentrional na comunicação internacional, e não é por outro motivo que certos autores consideram o *pool* como “a face mais pragmática da NOMIC”.

O chamado pela NOMIC nasceu no seio do Movimento Não-Alinhado, em 1973, quando a Conferência dos Chefes de Estado e de Governo do bloco se reuniu em Argel e ratificou a posição de que “uma nova ordem mundial da comunicação” era tão importante quanto a nova ordem econômica² já reivindicada. Os intelectuais, diplomatas, estadistas e técnicos presentes nas conferências do NAM passaram a reivindicar um novo ordenamento global que corrigisse tais desequilíbrios quantitativos e qualitativos e impusesse uma nova visão (não-comercial, não-etnocêntrica, social) ao processo comunicativo. E neste contexto surgiu a iniciativa de uma cooperação institucionalizada entre os provedores de informação nacionais (na maioria, estatais) de todos os países-membros.

Como medida prática, dois anos depois, numa reunião intergovernamental em Belgrado, então capital da Iugoslávia, os não-alinhados fundaram um coletivo de agências do movimento: o NANAP (*Non-Aligned News Agencies Pool*, ou *Pool* das Agências de Notícias [dos Países] Não-Alinhados).

Na prática, o NANAP funcionou de 1975 até meados dos anos 1990, com maior atividade até 1980. A gestão organizacional, o financiamento, a equipagem, a instalação de infraestrutura (na época, majoritariamente o serviço telegráfico) e o trabalho de capacitação profissional deveriam ser compartilhados entre todos os participantes, livremente associados, autônomos e supostamente sem sofrer ônus a nenhuma das partes.

A realidade, porém, foi que algumas agências se mostraram mais ativas e em estágio mais avançado que outras para cumprir estas tarefas. Foi o caso da Tanjug (*Telegrafska Agencija Nova Jugoslaviya*, “Agência Telegráfica Nova Iugoslávia”), que não só foi uma das entidades que lançaram a sugestão do *pool* como na ocasião já tinha 40 correspondentes distribuídos pelo planeta (SALINAS, 1984: 198), mais que qualquer outra entre as congêneres terceiro-mundistas.

² A “nova ordem econômica internacional” (NOEI) era um projeto promovido pelo NAM que contestava a divisão internacional do trabalho e advogava um reequilíbrio das relações comerciais e de distribuição da produção e da acumulação do capital. Assim como a NOMIC, a campanha pela NOEI foi abandonada antes do fim da Guerra Fria.

Mesmo assim, os iugoslavos promoviam o policentrismo como princípio basilar da cooperação (LALIĆ, 2005: 146). Pelo menos dois estudos distintos (ROBINSON, 1970; STAAB, 1990) constataram que os critérios para seleção das notícias na Tanjug (pronuncia-se *tánhug*) se davam de forma não-linear e distinta daqueles usados pela mídia corporativa em suas coberturas (como identificados por GALTUNG & RUGE, 1965).

Para oferecer uma compreensão profunda das particularidades da iniciativa não-alinhada, porém, a pesquisa acredita ser necessário resgatar as raízes ideológicas e deontológicas que orientaram a formação do NANAP como resposta prática aos desequilíbrios Norte/Sul na comunicação global. Devido a razões históricas que se espera evidenciar ao longo do trabalho, crê-se aqui que a concepção fundamental do *pool* tem origem em uma vertente muito específica da corrente chamada de “Comunicação para o Desenvolvimento”, nascida no mesmo contexto e lentamente institucionalizada sob auspícios da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) e seu Programa Internacional para o Desenvolvimento da Comunicação (IPDC). Embora compartilhe dos mesmos objetivos e valores elementares, aquela difere-se desta particularmente por tentar promover uma comunicação que não fosse no fluxo unidirecional do global para o local (como o sistema da mídia hegemônica, particularmente das agências de notícias), tampouco no sentido do local para o global (como grande parte dos projetos de *DevCom*), mas em fluxos biunívocos do global dialeticamente articulado com o local.

Parte significativa desta concepção pioneira para a época – três décadas antes de se tornar a idéia de produtividade em redes um lugar-comum – tem seu berço no tipo peculiar de socialismo tentado na Iugoslávia.

A liderança da agência iugoslava durou até 1980, quando a morte de Tito, a transferência da luta pela NOMIC do âmbito dos não-alinhados para o âmbito da UNESCO e outros fatores históricos fizeram o incentivo à colaboração terceiro-mundista diminuir. Mas a contribuição que deram para a criação de sistemas internacionais de informação Sul-Sul permaneceu em práticas contra-hegemônicas de comunicação, ficou documentada e deixou lições para futuras e atuais iniciativas análogas, que operam sob um novo ambiente tecnológico e geopolítico mas enfrentam idênticas dificuldades econômicas e políticas – lições estas que o presente trabalho se propõe a resgatar.

Embora possa soar destoante, a princípio, a escolha de um objeto distante do contexto brasileiro no tempo e no espaço, o interesse pelo *Pool* das Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados é estreitamente relacionado com a realidade de um país com intensas disparidades socioeconômicas, como o Brasil. O modelo de organização e

produção que o NANAP adotou foi projetado para ser maleável e adaptável a contextos heterogêneos, caso da imensa maioria dos Estados-nações de constituição tardia. Também leva em conta em primeiro plano os recursos tecnológicos e econômicos disponíveis, outro problema capital das nações em desenvolvimento. A mudança recente na configuração mundial de forças, incentivando o retorno de cooperação e integração de países pobres, vem se materializando na formação de organismos regionais (UNASUL, UA), fóruns de potências emergentes como BRICs (com Rússia, Índia e China) e IBAS (com Índia e África do Sul) e da inclusão de representantes destas em reuniões multilaterais (G20, G8+5). Ao mesmo tempo, países vizinhos organizam integrações regionais de mídia (como a Telesur da Venezuela) e, ainda assim, o Brasil continua optando por não participar. Neste contexto, parece pertinente discutir o que se desenvolveu, com erros e acertos, nas experiências passadas em países com problemas similares aos nossos – como são a maioria dos Não-Alinhados – e de que forma determinadas soluções podem ser atualizadas e aplicadas aqui. Numa época em que se crê na produção e circulação de informação em redes como potencial redefinidora dos fluxos internacionais, é válido retomar iniciativas pioneiras neste campo.

A pesquisa sustenta a hipótese central de que o socialismo iugoslavo, fundamentado no princípio da autogestão (em seu viés estritamente marxista, jamais anarquista), permeou a estrutura, a organização e a rotina produtiva da Tanjug, diferindo-a de todas as agências de notícias de expressão global até então, e por sua vez servindo de modelo de práxis para o *pool* e iniciativas subseqüentes de cooperação internacional para comunicação Sul-Sul. O caráter descentralizado das operações, a coletivização do processo decisório, a adaptabilidade a cenários de escassez de recursos e a capital importância dada à própria informação como elemento do sistema político-econômico são alguns dos pilares mais espessos deste modelo, e ainda assim não os únicos. Como agência oficial da Iugoslávia, a Tanjug era voz e vitrine do socialismo autogestionário e pretendeu dar o exemplo às demais agências participantes do *pool* e a todas as propostas institucionalizadas de comunicação contra-hegemônica que lhe seguiram.

Em trabalhos anteriores, este autor já teve oportunidade de tratar das agências de notícias e suas estruturas de circulação de informação como objeto empírico, sendo esta dissertação uma continuidade da produção sobre o tema em busca de respostas não alcançadas anteriormente.

Talvez chame a atenção neste trabalho uma singularidade na abordagem pela economia política da comunicação, não apenas por destoar da maioria dos estudos da área em relação ao objeto, mas também por optar por uma linha metodológica heterodoxa, devido ao ineditismo e à aparente distância espaço-temporal em relação à

realidade brasileira (distância essa que se mostra, sob um segundo exame, falaciosa). Pouco se encontra, na produção acadêmica nacional, sobre o campo da comunicação internacional contra-hegemônica, menos ainda sobre a economia política das agências de notícias e – como era de se esperar – rigorosamente nada sobre o NANAP particularmente. Em virtude desta particularidade, aqui se depende de um levantamento bibliográfico composto quase exclusivamente por obras estrangeiras, bem como de uma intensa pesquisa de campo.

Embora, nominalmente, a existência do NANAP tenha se prolongado até 2005, o período mais rico em atividades do *pool*, como já foi dito, se restringe aos anos de 1975 a 1980. Por este motivo, é também a janela que define o corte temporal da análise, ainda que no segmento histórico sejam lembrados também os fatos anteriores e posteriores necessários à compreensão global do objeto.

A fim de evitar expectativas errôneas, cabe também esclarecer aqui alguns tópicos e tarefas que não são objetivos da pesquisa e estão fora da alçada teórica e analítica do trabalho. Não se pretende, desde já, fazer análise de conteúdo sobre o serviço fornecido pelas agências de notícias participantes do *pool* não-alinhado, salvo para casos pontuais relevantes para a compreensão de características gerais. De resto, o foco é na análise estrutural da cooperação. Tampouco serão abordadas, na fase de transposição para o contexto atual, as iniciativas de mídia Sul-Norte ou Sul-Sul que espelham estruturas e modelos produtivos da mídia hegemônica do Norte, como a rede de TV catariana Al-Jazira, a agência IPS e as franquias terceiro-mundistas do jornal *Le Monde Diplomatique*. Na mesma seção, são deixadas de fora – exceto para fins críticos – as plataformas em rede que dependam de tecnologias ainda pouco acessíveis ou proibitivamente custosas em países em desenvolvimento, o que impossibilita a concretização no eixo Sul-Sul de fato. Finalmente, não estão em foco aqui o Brasil e suas políticas de comunicação, tanto por não ter havido participação brasileira no *pool* e no Movimento Não-Alinhado³, quanto pela situação *sui generis* do mercado nacional de agências de notícias, em que as empresas prestam serviço exclusivamente com conteúdo nacional, não internacional.

Em linhas gerais, o trabalho está estruturado em ordem cronológica e crescente de especificidade. O percurso acompanha a formação do contexto que levou à criação do *pool*, segue com seu desenvolvimento, auge e decadência, e se encerra com a

³ Embora o Brasil tenha status de país observador no NAM e a EBN (sucessora da Agência Nacional e antecessora da Agência Brasil) tivesse filiação nominal ao NANAP, não houve registro algum de contribuições brasileiras ao intercâmbio.

realidade posterior à experiência não-alinhada, destacando as marcas deixadas por ela na comunicação Sul-Sul.

O Capítulo I ingressa no universo da economia política das agências de notícias, buscando entendê-las como empresas segmentadas na etapa da distribuição, mais que na produção de informações. A relação complexa com o Estado e o fato de operarem sob um modelo de produção essencialmente fordista são outras características intrínsecas consideradas. Por entender que as agências constituem fenômeno específico, que exige parâmetros de análise particulares, o capítulo propõe uma caracterização das especificidades do objeto de estudo no contexto tecnológico e socioeconômico atual, trazendo considerações sobre o tema fundamentadas pela Economia Política da Comunicação. São confrontadas ali as diferentes abordagens sobre o papel político e econômico das agências, anotando-se os diferentes focos de cada uma, e levantando a bibliografia disponível. Também é explicada a posição peculiar do Brasil em relação a agências de notícias, sem par e radicalmente diferente da maioria dos países, tanto do “Norte” industrializado quanto do “Sul global”.

O Capítulo II se concentra na Iugoslávia e em seu modelo de socialismo autogestionário – apelidado de “titoísmo” – seus diferenciais teóricos e pragmáticos, bem como suas limitações e fracassos e implicações para a atividade da comunicação. São sintetizadas de forma crítica as linhas gerais das políticas públicas para a comunicação ao longo dos 47 anos do regime iugoslavo. Em contraste com os demais modelos socialistas, principalmente da URSS e do Leste Europeu, são ressaltados aspectos inovadores de tais políticas em seu contexto histórico (Guerra Fria) e geopolítico (não-alinhamento). Ao final, demonstra-se como idiosincrasias ideológicas forjaram um agência de notícias chamada de “não-linear” (décadas antes da digitalização generalizada), a Tanjug, e o papel de liderança que esta desempenhou junto às agências do então chamado Terceiro Mundo⁴.

O Capítulo III se propõe a recontar a história do *pool* propriamente dito e analisar sua operação, sua estrutura organizacional, seus problemas e limitações que acabaram por levá-lo a uma longa derrocada e letargia de 25 anos. A relação das agências de notícias terceiro-mundistas com o Estado e as políticas nacionais de comunicação e desenvolvimento durante a Guerra Fria são aspectos centrais nesta trajetória. Em seguida, são ressaltados os traços inovadores por ele deixados na esfera da comunicação internacional contra-hegemônica, buscando uma linha de continuidade desde a experiência não-alinhada por uma Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação até as mais

⁴ Embora o termo tenha saído de voga progressivamente com o processo de globalização (substituído por “países em desenvolvimento” ou “hemisfério Sul”, genericamente), este trabalho opta por sua utilização quando referente ao conjunto dos países subdesenvolvidos no contexto da bipolaridade, opostos ao Primeiro e Segundo mundos (capitalista e socialista, respectivamente).

recentes iniciativas ditas “colaborativas” e “participativas” ambientadas na Internet. A ênfase é sempre posta naquelas que estimulam a troca internacional de informações *entre* sociedades periféricas do capital, não apenas internamente em cada uma.

Finalmente, o quarto e último capítulo investiga os paradigmas da comunicação Sul-Sul e a luta constante pela hegemonia do espaço, travada desde a gênese das agências de notícias e mantida hoje na espacialidade supostamente “desterritorializada” das redes. Em lugar de agências nacionais, o papel de circulador de informação contra-hegemônica tenta ser assumido por novos atores, inseridos como nós de uma rede distribuída, mas ainda assim em constante tensão com o capital, o Estado e aparelhos de hegemonia. A discutível potencialidade desses atores e suas estratégias de luta, em semelhança ou diferenciação com as do NANAP, são o fecho do trabalho com perspectiva para o futuro da comunicação contra-hegemônica enraizada na periferia do mundo.

CAPÍTULO I

MARX EXPLICA A REUTERS: A ECONOMIA POLÍTICA DAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS

Agências de notícias são ainda um campo pouco compreendido no pensamento sobre comunicação, tanto no Brasil quanto no mundo como um todo. A diferença comparativa entre a produção dedicada a esse objeto pelos estudos de comunicação e a proporção que tais empresas ocupam no volume de informações circulado no mundo é abissal. Mais impressionante ainda é saber que o número de pesquisas sobre agências vem diminuindo, e não aumentando, desde a revolução nas tecnologias de comunicação e os processos de digitalização e convergência das mídias – justamente quando as agências, ao contrário do que se possa imaginar, multiplicaram seu potencial de circulação, seus lucros e sua influência discursiva, econômica e política, não só no setor do jornalismo e da comunicação, mas na sociedade como um todo.

As poucas pesquisas recentes sobre agências de notícias demonstram que elas ganharam terreno, e não perderam, com o advento da Internet comercial, e que a concentração de mercado nas mãos de pouquíssimas agências com alcance global é ainda maior do que quando denunciada nos anos 1970 e 1980. Compreender como funcionam estas entidades, quais as suas funções econômicas, seus modelos de produção, tendo em foco não só as agências transnacionais mas também as nacionais e inserida em contextos de subdesenvolvimento é essencial, desde o início, para deitar as bases sobre as quais evoluirá esta dissertação.

1.1. Agências de notícias sob a economia política da comunicação

A maioria das pesquisas ibero-americanas em economia política da comunicação, em especial as brasileiras, tem por objeto empírico a televisão e a radiodifusão, além das telecomunicações e das políticas públicas de regulação para o setor. Um número minoritário se dedica aos meios *online*, e uma fração ainda menor se ocupa da mídia impressa. Ninguém – até o ponto em que este trabalho pôde levantar – trata de um setor discreto mas fundamental do processo de produção e circulação de informações: as agências de notícias.

Tal constatação não é surpreendente num país em que fatores como o significativo analfabetismo funcional, a extensão territorial de proporções continentais e a concentração da propriedade favorecem a mídia eletrônica como fonte primordial de informação da população. De fato, é bastante compreensível a maior presença da indústria audiovisual como foco de interesse da produção acadêmica e da atenção militante no contexto latino, dada a própria força do setor nestas sociedades, cujos graves problemas de acesso à instrução formal e de distribuição de renda favorecem a preferência das massas por mídias “gratuitas” e ágrafas, como a TV e o rádio.

No entanto, a surpresa para o observador externo é o contraste entre a produção acadêmica na área, no contexto brasileiro, e o universo amplo dos processos comunicacionais e midiáticos em atividade e sob análise. Televisão, mídia eletrônica, tele/radiodifusão e políticas de comunicação podem, de fato, ser a face mais visível da esfera midiática que encerra os problemas de poder e exploração que interessam a esta linha. Mas a preferência por estes não justifica a ausência dos demais suportes e segmentos do setor da comunicação nos estudos de economia política, uma vez que os produtos de cada um estão cada vez mais imbricados e interdependentes, tanto pela convergência tecnológica quanto pela concentração dos conglomerados. Abaixo da superfície, há mecanismos mais basilares, mais capilarizados e seguramente mais discretos que operam em fluxo contínuo para garantir a ininterruptão do sistema de comunicação global. E, quando se trata do produto oferecido pela mídia para o consumo – seu “conteúdo” –, as agências de notícias são um destes mecanismos, exercendo papel da mais alta relevância na sua produção, circulação e distribuição de informações em âmbito global.

Embora a pesquisa sobre esta modalidade de comunicação (que não chega a ser mídia propriamente dita) não seja majoritária nos trabalhos de economia política da comunicação fora do Brasil, por um lado, é certo, por outro, que a maioria dos estudos sobre agências de notícias conduzidos na esfera acadêmica, tanto em países desenvolvidos quanto periféricos, tem a economia política da da comunicação como linha preferencial de análise. Tal predileção é justificável pela compreensão das

agências como, simultaneamente, fundamentos estruturais do processo produtivo da informação e organismos de poder hegemônico que o exercem não só no plano discursivo mas na própria atividade operacional da forma como é historicamente constituída (desigualdade dos serviços prestados e preços praticados etc.). As grandes agências foram, nos anos de efervescência dos debates por uma Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação – 1973-1980, principalmente –, o grande vilão das análises críticas da comunicação internacional e das medições empíricas sobre a concentração dos fluxos de informação globais. Depois, para alívio de seus proprietários (Estados, muitas vezes) e clientes (a mídia corporativa, não apenas a grande, mas também a regional e local), saíram dos holofotes e retornaram à sua tradicional rotina por trás das cortinas, deixando o incômodo papel de antagonista para conceitos mais abstratos como a “exclusão digital” e as ameaças à “neutralidade da rede”.

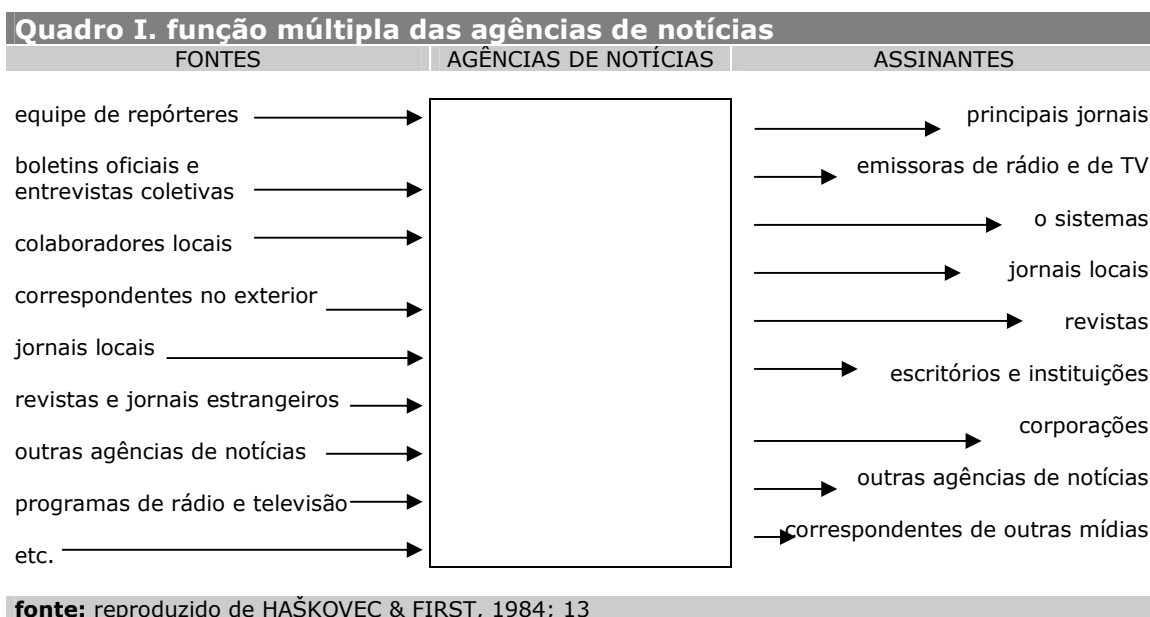
Entretanto, mesmo após a derrocada da NOMIC, as agências não deixaram de operar com a mesma relevância de antes. Pelo contrário: pesquisas recentes (PATERSON, 2005; BOYD-BARRETT & RANTANEN, 2002) demonstram que seus tentáculos operacionais e discursivos foram diversificados e multiplicados pelo processo em andamento da revolução das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs) e sua tendência à convergência. Hoje, websites de notícias mantêm seções de “plantão” e “tempo real” que são alimentadas, em larguíssima escala, pelos *despachos* enviados pelas mesmas agências de antes (Cf. PATERSON, 2005). Grosso modo, eles agora publicam diretamente ao leitor o que antes só o redator podia ler nos telex que cuspiam papel ininterruptamente dentro da redação. E, se as “Quatro Grandes” da era da Guerra Fria já são apenas três (com o falecimento simbólico da outrora odiada UPI), o mercado deste setor tem estado ainda mais concentrado, em proporções planetárias e num grau não visto em nenhum outro setor dentro do campo da comunicação.

1.2. Função econômica das agências de notícias

As definições sobre agências de notícias nem sempre se fundamentam em sua natureza, em seu papel econômico e sua função produtiva no setor da comunicação. Particularmente no Brasil, agências são às vezes confundidas com meros *agenciadores* de conteúdo jornalístico, equivalentes àquilo que no mercado anglo-saxão da imprensa é denominado de *syndication*. No entanto, estas empresas guardam características intrínsecas e universais e, conseqüentemente, o jornalismo que praticam é por estas condicionado. De fato, agências de notícias “são empresas especializadas em coletar informações de interesse jornalístico dispersas, formatá-las como notícia e redistribuí-las para assinantes” (AGUIAR, 2008; 22), sejam estes veículos de comunicação ou

outras instituições e até mesmo indivíduos. Por sua capacidade de disseminar informações em massa num tempo instantâneo, as agências de notícias desempenham “um papel-chave na compilação, processamento e distribuição de informação, em escala mundial e nacional” (HAŠKOVEC & FIRST, 1984; 10).

Agências de notícias foram, e em parte ainda são, instituições-chave em qualquer sistema de mídia – o centro nervoso que conecta todas as suas partes, sejam mídia eletrônica ou impressa, grande ou pequena, capital ou provincial. Mas agências de notícias são também uma classe em si, comparada a outras formas de mídia e comunicação. Agências de notícias não são nem mídia nem comunicação, mas ainda assim compartilham características típicas de ambos. Agências de notícias são mídia no sentido de que transmitem seu conteúdo em massa, mas não têm um público; como meios de comunicação, agências de notícias em geral fornecem conteúdo à mídia, que por sua vez utiliza tal conteúdo para se tornar mídia de massa e atingir seu público. O ‘público’ de uma agência de notícias são outros meios que na verdade são os clientes da agência e fornecedores de notícias ao mesmo tempo. Portanto, as pessoas não utilizam agências de notícias socialmente. Entretanto, com o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, as agências de notícias podem [passar a] enviar seu conteúdo diretamente para o público (por exemplo, pela Internet), mas ainda não alcançam uma audiência de massa no mesmo sentido da mídia de massa tradicional (pessoas consumindo no mesmo lugar ao mesmo tempo).⁵



Embora possamos pensar sem dificuldades em jornais, revistas, portais, emissoras de rádio e TV específicas que operem individualmente sem recorrer ao serviço assinado de agências, não é possível conceber o sistema-mundo de comunicação, tal como definido por Mattelart (1994), como um todo sem a operação

⁵ RANTANEN, 2002; 65. A tradução desta citação, bem como de todas as demais referências bibliográficas originalmente em língua estrangeira, é deste autor. Foi feita a opção aqui por não reproduzi-las nos respectivos idiomas originais não apenas por serem alguns de compreensão improvável para leitores brasileiros, como em servo-croata, mas também por ser estrangeira a maioria das citações deste trabalho, o que consumiria volume considerável de espaço.

constante e pouco chamativa das agências. Se a mídia é a pele, as agências são as veias. Assim como o tecido epidérmico não é capaz de se manter vivo sem a irrigação proporcionada pelos vasos sanguíneos que conduzem até ele os nutrientes e agentes imunológicos para garantir sua permanente renovação e proteção, também a mídia não é capaz de se manter ativa e rica em conteúdo sem as cargas permanentes de informação que lhe são fornecidas pelas agências de notícias. A estrutura genérica desta operação é ilustrada pelo esquema representado no Quadro I.

As agências transnacionais (Quadro II) fornecem grande parte do que é veiculado nos órgãos de imprensa, nas emissoras de televisão e de rádio, além dos portais web, mais recentemente. São responsáveis, diariamente, pelo envio de volumes gigantescos de texto, imagens estáticas e em movimento, áudio, dados brutos, relatórios financeiros e outros “conteúdos” que alimentam os telejornais, radiojornais, jornais, revistas e sites publicados ou atualizados ininterruptamente. Por esta função, poderiam ser consideradas o “setor primário” da comunicação, numa analogia às atividades agrária, mineral e extrativistas da economia material. No entanto, uma vez que grande parte do conteúdo veiculado em agências tem origem não na apuração de seus próprios correspondentes, mas no trabalho prévio de mídias locais reapropriado (o que, em texto anterior, chamei de “pré-mediatização do trabalho jornalístico”; 2008; 19), a função das agências é, em realidade, mais adequadamente descrita como de *circulação* da mercadoria-informação previamente produzida.

Quadro II. Tamanho das 10 maiores agências internacionais de notícias

Agência	Sede	Fundação	Despachos/dia	Escritórios	Países	Clientes
AP	Nova York	1848	300	243	97	16.530
Reuters	Londres	1851	6.849 palavras	197	130	500000
AFP	Paris	1835	5000	110	165	n/d
EFE	Madri	1939	2.767 palavras	181	120	n/d
TASS	Moscou	1925	300	130	63	n/d
DPA	Hamburgo	1949	280	119	80	3.000
ANSA	Roma	1945	270	105	79	n/d
Bloomberg	Nova York	1982	4.000	135	150	170.000*
Kyodo	Tóquio	1945	500	50	50	n/d
Xinhua	Pequim	1931	1000	n/d	138	n/d

fonte: informações coletadas nos próprios sites das agências de notícias, 2005-2009. n/d = não disponível.

* A Bloomberg contabiliza terminais fornecidos aos clientes em sistema de *leasing* e inclui como “despacho” todos os boletins financeiros. Para a contabilidade de despachos das demais agências, foi considerado apenas o volume produzido no idioma do serviço disponibilizado para os clientes no Brasil.

A literatura específica da área (Boyd Barrett, Rantanen, Paterson, Sreberny, Haškovec & First, Hohenberg e outros) costuma classificar as agências de notícias como “atacadistas de informação”, reconhecendo por esta analogia o papel destas organizações no mercado midiático como produtoras, distribuidoras e revendedoras em massa da mercadoria-informação, formatada e padronizada não para o consumidor final, mas para os “varejistas”. Estes, segundo os mesmos autores, seriam os veículos de

comunicação – jornais, revistas, *websites*, emissoras de TV e rádio – que constituem a carteira de clientes das agências e, aí sim, vendem seus produtos diretamente ao público.

As agências de notícias eram classificadas como *mídia ‘atacadista’*, por coletarem notícias com o propósito de distribuí-las a outras mídias – ‘*varejistas*’ –, principalmente jornais e emissoras, que empacotavam as notícias das agências para seus próprios leitores e espectadores distintos. Até recentemente, as agências de notícias não tinham um acesso direto a um público consistido por indivíduos; seus serviços eram mediados por seus assinantes. (...) Entretanto, mesmo na Internet, clientes tipicamente acessam o conteúdo de agências de notícias mediante agentes secundários, ou ‘varejistas’, que consistem em websites de interesse geral (i.e., Yahoo!) e corporativos, de jornais e emissoras de TV, ou portais como o Netscape.⁶

Haškovec & First (1984; 12) também ressaltam que um “traço específico do trabalho das agências de notícias, em comparação com outros meios de comunicação de massa, é que a maioria de suas informações não é fornecida diretamente ao público”, e que isto “distingue específica e essencialmente as agências de notícias de outros meios de informação em massa”. Na prática, segundo os autores, tal processo de *meta-mediação* faz com que o serviço das agências sirva como “jornais para jornalistas”.

Como resultado disto, a influência política sobre o público, típico para a mídia de massa, é ao mesmo tempo limitada e multiplicada no trabalho das agências. É limitada no sentido de que sua influência sobre o público é geralmente indireta e tem de ser [feita] através de outros meios de comunicação. É multiplicada porque a formulação de fatos informativos importantes pelas agências de notícias é freqüentemente reproduzida por todos os veículos, que, estes sim, têm influência direta sobre o público.⁷ (grifo meu)

Desta forma, os mesmos autores (idem) atribuem às agências de notícias “o papel de um fornecedor especializado no atacado de informação atual e antecedentes”, o que, de acordo com eles, “é, principalmente, uma necessidade econômica”, nascida do fato de ser proibitivo para cada veículo o custo de estabelecer individualmente uma estrutura própria de cobertura global.

Para cobrir toda a informação internacional e nacional exclusivamente por seus próprios aparatos de compilação de notícias, um jornal diário ou uma emissora de rádio teriam que manter um custoso e formidável corpo de repórteres, correspondentes, sucursais regionais e equipamentos de telecomunicação em escala mundial. Na prática, isto é empreendido por algumas poucas agências principais, cada uma com muitos assinantes, tanto nacionais quanto internacionais, que se beneficiam do serviço telegráfico e, ao mesmo tempo, participam da custosa manutenção dos aparatos de compilação e entrega das notícias, e pagam por este serviço.⁸

⁶ BOYD-BARRETT & RANTANEN, 2002; 21

⁷ HAŠKOVEC & FIRST, 1984; 12

⁸ HAŠKOVEC & FIRST, 1984; 12

De fato, para Boyd-Barrett (1980; 23-24), agências de notícias surgiram como um setor de comunicação destinado a atender uma demanda específica do capital por informação de origem internacional. Uma evidência disto seria o fato de que as atuais três maiores agências (antes quatro, pela maior parte do século XX, até a derrocada da UPI) são justamente as mais antigas, surgidas em contextos de industrialização precoce.

As ‘Quatro Grandes’ agências surgiram entre os *países mais avançados* do mundo, precisamente onde a demanda por notícias internacionais, bem como nacionais, já amadurecera quase completamente. Amadurecidas por três razões: o crescimento do comércio internacional e dos investimentos requeria uma fonte constante de dados brutos sobre assuntos econômicos internacionais; comércio e império exigiam um fornecimento constante de informações que afetassem alianças políticas e segurança militar; a mobilidade populacional como um resultado do comércio internacional e do imperialismo ajudou a criar uma demanda popular por notícias destes locais entre parentes na terra natal e estabeleceu um clima geral de consciência internacional. Especialmente importante foi o fato de que, nestes países, Reino Unido, França e acima de todos os Estados Unidos, a imprensa floresceu em condições que, em comparação com a maior parte dos países, inclusive europeus, eram extremamente favoráveis. À imprensa ali era permitido atender a mercados de massa, relativamente desinibida por restrições políticas, e, com suas amplas circulações, atraíam anunciantes.⁹ (grifo original)

Ainda assim, Paterson (2005) lembra que as mudanças que este modelo comercial dos “atacadistas” e “varejistas” vem sofrendo não invalida a classificação, nem altera significativamente a função das agências dentro do sistema internacional de informações. Em pesquisa quantitativa por análise de conteúdo realizada entre 1999 e 2005, o autor demonstrou que a imensa maioria do noticiário internacional publicado na *web* tem origem nestas empresas, comprovando que, mesmo no contexto da comunicação em redes, “agências dominam os canais de distribuição de notícias” (PATERSON, 2005; 6).

Enquanto alguns dos serviços jornalísticos na Internet geram notícias por conta própria, freqüentemente muito ou tudo de sua cobertura internacional consiste de despachos inalterados ou pouco alterados de agências. Assim, as agências alcançam públicos diretamente, por meio de seus próprios websites, e por todos os outros grandes portais de notícias da web. Embora as agências de notícias tenham historicamente procurado minimizar sua exposição pública, agora elas dependem do apelo popular de suas marcas para a lealdade do público no ciberespaço, e assim agora propagandeiam seu nome agressivamente no setor do ‘*e-journalism*’.¹⁰

A opinião de Paterson converge com a de Boyd-Barrett & Rantanen (2002; 21), quando afirmam que a “definição clássica” de agências como atacadistas “ainda se

⁹ BOYD-BARRETT, 1980; 23-24

¹⁰ PATERSON, 2003; 2

mantém verdadeira em boa medida”, embora, dadas as mudanças tecnológicas, históricas e socioeconômicas, precise “ser estendida e re-contextualizada”.

Além do seu papel de ‘atacadistas’, as agências se tornaram cada vez mais importantes como fontes ‘varejistas’ de informação não somente para a mídia, mas também para *clientes individuais*. Isto tem estado em evidência por algum tempo, no fornecimento de serviços de informações financeiras para instituições financeiras, corretores, casas de câmbio, etc., mas está a cada dia mais evidente no fornecimento do noticiário geral por meio da Internet.¹¹

Segundo os autores, “hoje em dia é mais fácil para o consumidor individual de notícias acessar grandes quantidades de conteúdo de agências, cujo texto não foi submetido a uma reescritura por um ‘varejista’ que controla o canal” de publicação da notícia. Por isso, “cada vez mais, as agências estão pensando em seus mercados não em termos de clientes-mídia, mas em termos de grandes números de consumidores individuais” (idem, ibidem).

Assim, é inaceitável tratar da questão das agências de notícias sem considerar antes sua natureza própria e função dentro do sistema internacional de comunicação e, mais, dentro do sistema-mundo do capital. As agências são um tipo de empresa nascido exatamente no contexto do capitalismo monopolista, cujo modelo de produção e operação é basicamente fordista, centralizado, irradiado e altamente dependente da padronização e da economia de escala. Sua viabilidade deriva do fato de que “o alto custo de operação de uma rede de correspondentes espalhados pelo globo” é compensado “por uma vasta carteira de clientes, entre jornais, revistas e outras publicações jornalísticas” (AGUIAR, 2008). Os custos de produção, para uma agência, só se justificam se o serviço for vendido a uma ampla carteira de clientes¹²; e tanto mais exitosa será uma agência de notícias quanto mais assinantes tiver. Assim, é necessário compreender agências de notícias não como aparatos de *produção* de informações, mas antes de tudo de *circulação* e *distribuição* – uma vez que seus sistemas operam ininterruptamente conduzindo e disseminando informações da origem até os seus clientes, estes sim verdadeiros processadores da informação em produtos acabados de mídia – jornais, revistas, programas de rádio e de TV e *websites*.

1.3. Modelo de produção das agências de notícias

A economia política das agências de notícias é particularmente interessante em virtude de uma série de paralelos diretos com os paradigmas da produção industrial, de uma forma que não pode ser plenamente constatada em veículos de mídia. Agências

¹¹ BOYD-BARRETT & RANTANEN, 2002; 21

¹² É por este motivo, e não outro, que a imensa maioria das agências no mundo é deficitária, e seus custos são cobertos pelo Estado – seja sob propriedade estatal direta ou por subsídios pagos via assinaturas.

operam como verdadeiras fábricas em linha de montagem, num processo ininterrupto de produção e circulação de informações jornalísticas (não só “notícias” propriamente ditas, mas também crônicas, análises, *faits-divers*, transcrições integrais de documentos e discursos, relatórios, tabelas e gráficos, entre inúmeros gêneros).

A primeira característica marcada da produção das agências é o fato de serem baseadas essencialmente no *texto*. Quando as agências surgiram, no século XIX, o único tipo de mídia existente era o impresso (jornais e revistas) e, portanto, seu serviço aos clientes foi desde a gênese orientado para o verbal escrito. Não demoraria muito após o surgimento de novas mídias na primeira metade do século XX – rádio e televisão – para que estas empresas oferecessem também serviços de áudio e vídeo específicos, sem no entanto abandonar o suporte original baseado no texto. Nada impediria, teoricamente, que agências fornecessem textos previamente adequados à linguagem radiojornalística (frases mais curtas, léxico mais próximo ao coloquial, evitar cacofonias e aliterações)¹³.

Tanto a AP como a UPI oferecem notícias escritas especificamente para rádio (também fornecem matérias escritas em estilo de jornal para a mídia impressa) em regime de 24 horas. Cada serviço fornece noticiários preparados, notícias do dia, esportes, notícias rurais e agrícolas, sumários de notícias regionais e estaduais, notícias femininas, crônicas e, é claro, previsão do tempo.¹⁴

Por outro lado, o serviço de áudio prestado por algumas agências, por meio de narração pré-gravada, também é sujeito a problemas de codificação oral, como língua, variação dialetal, sotaques etc.. Por este motivo, o serviço de vídeo das agências é geralmente produzido com áudio original, sem narrações em *off* ou *voice-over*. Mesmo as atuais grandes agências de material televisivo (como a Reuters TV e a APTN) construíram serviços baseados fundamentalmente em imagens brutas em movimento, em lugar de textos pré-formatados para a linguagem de TV.

Ainda assim, o cânone do estilo redacional e dos padrões textuais do jornalismo de agências é fundamentado na técnica de redação dos jornais impressos, e não no texto de rádio, de TV ou de outras mídias. Em verdade, o serviço em texto constitui ainda o principal paradigma de serviço prestado para a maioria das agências em operação no mundo, embora não de lucratividade para as três maiores (Cf. PATERSON, 2003).

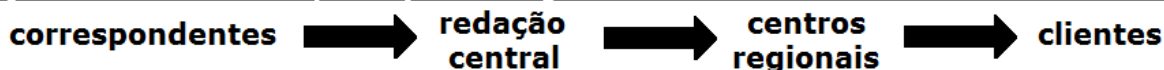
O modelo de produção das agências também é caracterizado por uma absoluta *linearidade*. Enquanto o trabalho jornalístico em veículos pode ser submetido a revisões e sofrer modificações (edições) em diversos níveis e por diferentes agentes num mesmo

¹³ Exemplo conhecido deste problema era a produção do *Repórter Esso*, elaborada pela agência (de publicidade, não de notícias) McCann-Erickson, que por sua vez utilizava o serviço fornecido pela UPI, cuja orientação para mídia impressa obrigava que os textos fossem reescritos para a linguagem de rádio.

¹⁴ HAKEMULDER et al., 1998; 37

nível (por exemplo, ser entregue pelo repórter ao editor, que o retorna ao repórter com um pedido de inclusão de informação, ou mais apuração em determinado dado, ou do editor-chefe para o editor de área), o trabalho em agências segue um caminho unidirecional e cada modificação (adição/supressão/correção) é realizada por apenas um agente no estágio em que se encontrar. O texto de agências, uma vez inserido na ponta inicial pelo correspondente, entra numa espécie de *linha de montagem*, ilustrada esquematicamente no Quadro III.

Quadro III. Linha de produção das agências de notícias



fontes: Aguiar (2008); Boyd-Barrett (1980); Haškovec & First (1984); UNESCO (1953)

Da linearidade, deriva uma fortíssima *centralidade* nas rotinas produtivas das agências de notícias. Genericamente, o processo se dá da seguinte forma: a informação é inserida no sistema interno da empresa pelo correspondente no exterior, transmitida para a redação central e, de lá, redistribuída para os escritórios locais e regionais que, por sua vez, encaminham a notícia (que é a informação depois de “manufaturada”) para os respectivos clientes. A consequência é o fato de a dinâmica da informação em uma agência de notícias de grande porte seguir um fluxo de informações sistêmico, linear e centralizado. Pois, como já tivemos a oportunidade de demonstrar,

uma característica muito importante é comum a todas as agências: estes textos, uma vez prontos, são remetidos necessariamente à redação central, localizada na cidade-sede da empresa (Londres para Reuters, Paris para AFP, Nova York para AP, Madri para EFE), onde uma equipe de editores revisa e padroniza os textos, de acordo com orientações editoriais preestabelecidas. Só a partir deste trabalho de edição é que os textos, agora devidamente formatados como “despachos”, são enviados para os escritórios locais de redistribuição – ou seja, onde há clientes e veículos de imprensa que pagam para receber o serviço.¹⁵ (grifo do original)

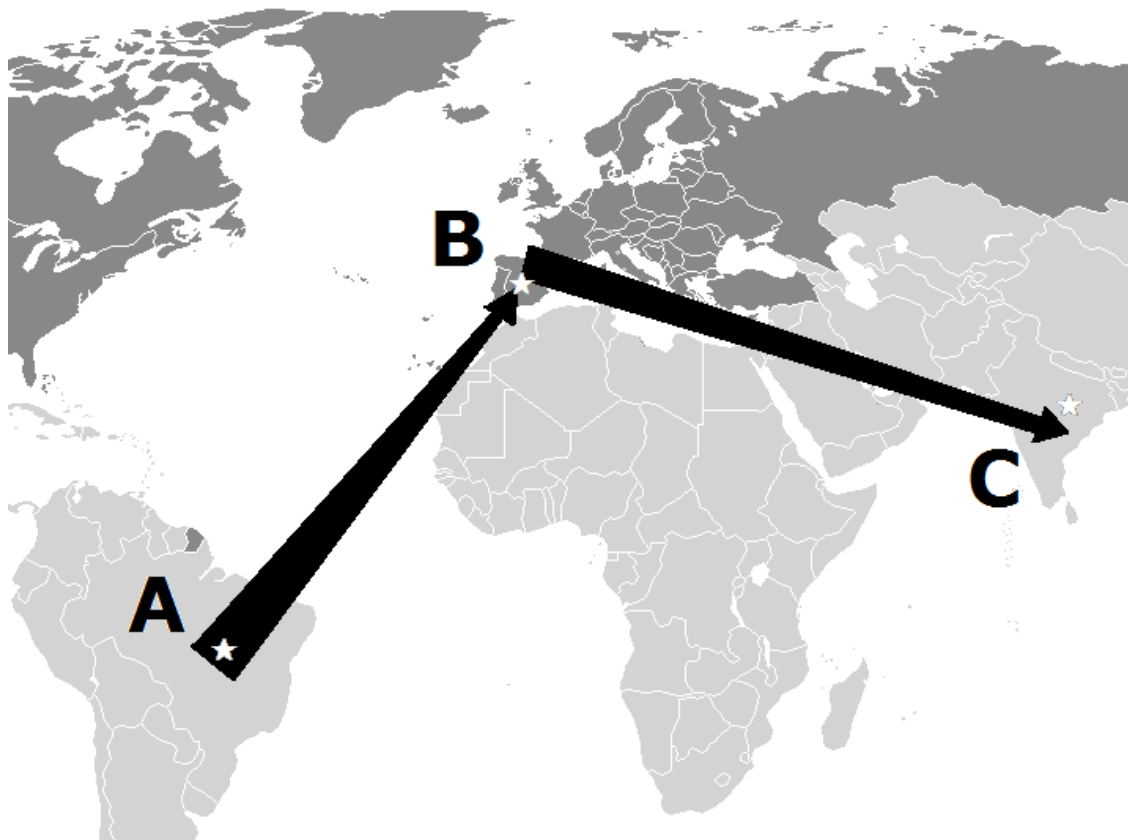
A consequência deste caminho traçado pela informação é imediata no percurso geral do fluxo de informações, objeto de inúmeros estudos desde os anos 1970. Tal triangulação obrigatória é a responsável pelo fato de a imagem dos países “do Sul” em outros países também “do Sul” ser editada, tratada e definida, em última análise, pelos valores, vieses e etnocentrismos predominantes no “Norte”. Os dados empíricos coletados e gráficos elaborados na época dos debates sobre a NOMIC demonstraram a existência de uma espécie de “Divisão Internacional do Trabalho Informativo”, estruturalmente muito semelhante àquela da produção material, em que os países industrializados entravam como

¹⁵ AGUIAR, 2008; 26-27

processadores de matérias-primas e os subdesenvolvidos, como consumidores de manufaturados. Na analogia comunicacional, os países do Sul geram a “matéria-prima” da notícia, exportada ao Norte industrializado, onde é processada e revendida ao Sul, sob a forma de produtos midiáticos. Logicamente, o valor do produto-informação é diferente antes e depois de tal processamento, graças ao trabalho empregado, assim como um avião feito de aço, alumínio e fibras, vale mais que seu peso equivalente em vegetais, bauxita e minério de ferro. A concentração dos fluxos informativos é parte indissociável do processo contínuo de acumulação capitalista.

De fato, Haškovec & First (1984; 13-14) atribuem as razões da “concentração e a especialização da reprodução e distribuição de notícias” a razões “principalmente econômicas e técnicas”, mas também políticas, que são especialmente significativas para países em desenvolvimento. Como ilustração hipotética, descrita no Quadro IV, tome-se o caso de um país em desenvolvimento de origem da informação (A), cujo acontecimento será levado primeiro para a sede da agência de notícia em um país desenvolvido (B), onde é tratado, editado, enviesado, para só então ser “entregue” no país em desenvolvimento de destino (C). Observe-se que, dentro do fluxo sistêmico das agências transnacionais, uma linha direta A-C, que corresponderia ao fluxo de informação no eixo “Sul-Sul”, não existe.

Quadro IV. Fluxo genérico da informação de agências internacionais



fonte: lavra própria.

Finalmente, outra característica marcada do processo produtivo das agências é a *velocidade*, um fator central para o serviço jornalístico que prestam. Mais do que qualquer mídia, as agências precisam ser rápidas, e a primeira agência a informar é, muitas vezes, a única a ter seu produto utilizado. Por isto, estas empresas investem custosos recursos técnicos e humanos na economia de minutos, às vezes segundos, no intuito de chegarem às redações sempre à frente da concorrência. Boyd-Barrett (1980; 75) aponta como este fator é determinante para o trabalho e a organização da produção nestas organizações.

A velocidade afeta a logística e o estilo da cobertura. Ela atém o jornalista de agência ao seu escritório. Até no campo de batalha, ele permanece perto de um telefone, ou de um avião, e geralmente não planeja ficar longe da redação por mais de um dia. Deve tentar e assegurar a transmissão imediata da matéria. (...) A ‘matéria’ para uma agência é normalmente o que a mídia consideraria uma pauta em andamento dentro de outra maior. Os jornalistas de agência não esperam para integrar, explicar e empacotar. Eles mandam *na hora*.¹⁶ (grifo do original)

Também Haškovec & First (1984; 23) concordam que a “demanda por rapidez” é “um dos parâmetros decisivos que influenciam os métodos de trabalho” das agências e é determinante para a “organização da linha de produção da agência em seu conjunto”, tendo como consequência a “padronização” do texto para atender ao diversos clientes espalhados pelo mundo (de diferentes matizes ideológicos e estabelecidos nos mais distintos contextos políticos). Os autores salientam que a “ênfase na velocidade da entrega” capacita as agências de notícias a serem não somente “produtoras primárias de informação” mas também exercerem o papel de “*intermediário de material informativo produzido originalmente por outros*” (1984; 13), ou seja, de cumprir a função de *circulação*, mais que *produção* (embora esta também seja exercida), como já visto.

Por exemplo, uma importante declaração feita por rádio, uma entrevista exclusiva na televisão ou o comentário editorial de um jornal são processados pelas agências de notícias que fornecem a outros meios de massa na mesma forma que as notícias de outra fonte. Esta característica é fomentada, além disso, pelo fato de que até as maiores agências de notícias do mundo não cobrem completamente todos os eventos por meio de sua própria equipe, mas recorrem consideravelmente a agências de notícias locais e nacionais, citam os textos da imprensa local, etc..¹⁷ (grifos meus)

O modelo de produção das agências, desta forma, é organizado como uma fábrica de alta rentabilidade orientada para a produção em massa, padronizada, fundamentada na economia de escala – com seu “custo unitário” invariável, sem alterar os gastos

¹⁶ BOYD-BARRETT, 1980; 75

¹⁷ HAŠKOVEC & FIRST, 1984; 13

envolvidos na apuração, edição e envio, mas sendo a produtividade e o lucro tanto maiores quanto mais clientes houver – e orientado pelos valores da linearidade, da centralidade e da velocidade.

Este processo de produção da notícia é, sem dúvida, típico do modo de produção industrial, por várias características análogas à das indústrias de bens materiais: produção em larga escala, ininterrupta, visando ao amplo mercado consumidor. Mais que isso, pode-se arriscar a dizer que este processo é não apenas industrial, como especificamente fordista¹⁸, já que tende a homogeneizar quaisquer informações para todo o mundo em vez de adequá-las às necessidades dos clientes, a imprensa local. Outra característica do modo fordista de produção é sua cadeia de distribuição arborizada, ou seja, do tronco central para as ramificações na periferia, em cujas pontas estão os clientes. Neste caso, tais pontas de distribuição são as redações, aonde, por fim, as notícias chegam embaladas e ‘fresquinhas’, para consumo imediato dos jornalistas das editorias.¹⁹ (grifo meu)

O que nos permite caracterizar o modelo canônico de produção das agências de notícias transnacionais como típico do fordismo é o fato de organizarem sua rotina produtiva de modo análogo ao paradigma do capitalismo industrial pós-Segunda Revolução Industrial. Linha de montagem, superespecialização, economia de escala são alguns dos aspectos imediatamente identificáveis, mas também a gestão (altamente) centralizada e a padronização do produto final são outros que puderam ser verificados.

Obviamente, não se deve negligenciar o fato de que o modelo de negócio das agências de notícias precede em mais de meio século o sistema industrial desenvolvido por Henry Ford. Entretanto, isto não invalida a analogia, uma vez que sua lógica produtiva já estava fundamentada no capitalismo industrial que se consolidava na Europa e na América do Norte, e que levaria ao modelo específico do fordismo no início do século XX. As agências também repartiram o mundo em territórios de dominação (acordo do cartel de 1859) mais de 20 anos antes das potências imperialistas (Conferência de Berlim, 1883) e nem por isso sua atuação deixa de ser classificada como imperialismo.

A estrutura de propriedade destas empresas também apresenta distintas naturezas, que podem ser tipificadas em cinco categorias:

- as agências estatais, de propriedade majoritária, financiamento e gestão por parte do Estado (das quais seriam exemplos a Agence France-Presse, a

¹⁸ Sistema de produção desenvolvido pelo industrial norte-americano Henry Ford, no início do século XX, que consistia em padronizar a fabricação de bens (no seu caso, automóveis) em linhas de montagem com divisão de tarefas que alienavam o operário do produto final.

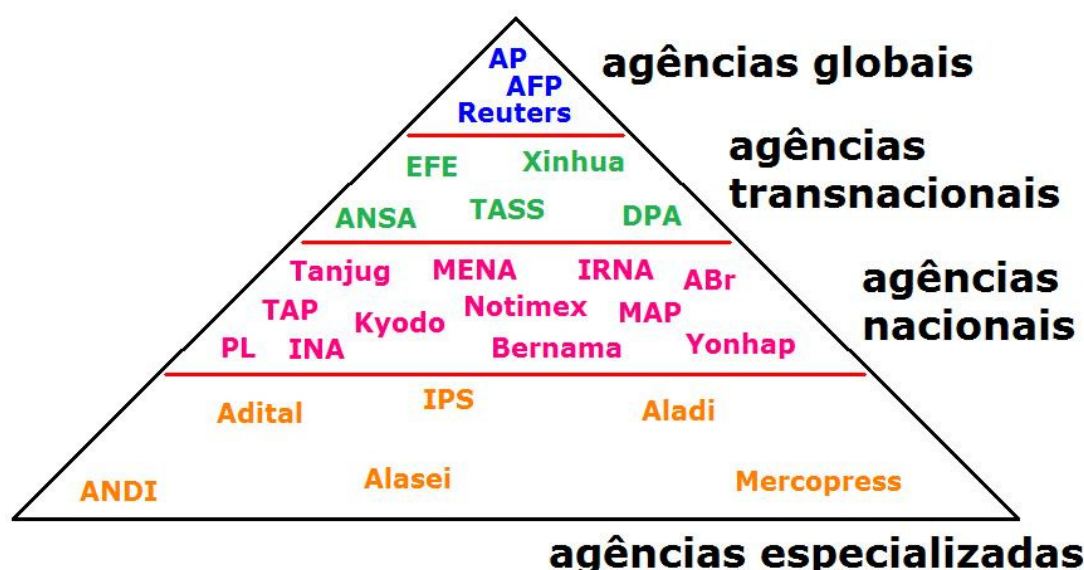
¹⁹ AGUIAR, 2008; 27

EFE, a TASS, a Xinhua, a Tanjug e a imensa maioria das agências de notícias nacionais);

- as agências privadas constituídas como companhias capitalistas em si mesmas (das quais o modelo é a Reuters, vendida em 2007 para a Thomson Corporation);
- as agências privadas ditas “cooperativas”, cuja propriedade é compartilhada em regime de condomínio pelos próprios veículos-clientes (das quais o exemplo mais notável é a Associated Press, dos EUA, mas também a ANSA, a Press Association britânica e a Press Trust of India);
- as agências privadas pertencentes a conglomerados, seja um único ou mais em propriedade conjunta, (das quais são representativas todas as maiores brasileiras, como Agência Estado, FolhaPress, Agência JB, Agência O Globo, e a extinta Agência Meridional do grupo Diários Associados);
- as agências de “terceiro setor” ou agências-ONGs ou ainda, em falta de descrição mais precisa, “agências alternativas”, constituídas sob forma de organizações não-governamentais (como a InterPress Service, a ALADI, a ADITAL e a extinta ALASEI).

Uma classificação anterior, com origem no relatório de 1953 da UNESCO (p.25) e adotada por Boyd-Barrett (1980), diz respeito menos à natureza da estrutura de propriedade e mais ao papel exercido por cada agência no sistema internacional de informação, repartindo-as entre agências “globais”, “internacionais” ou “transnacionais”, “nacionais” e “especializadas”, e formando uma pirâmide, como ilustrado no Quadro V.

Quadro V. Pirâmide das agências de notícias



fontes: Boyd-Barrett (1980), UNESCO (1953); Aguiar (2008)

É de capital importância salientar que a articulação das agências comerciais e estatais com blocos históricos (para aplicar a terminologia gramsciana) constituintes da hegemonia em cada contexto nacional independe da sua respectiva forma de propriedade: tanto agências controladas por governos ou por agentes privados quanto as ditas “cooperativadas” (em que a propriedade é pulverizada entre veículos igualmente privados que são ao mesmo tempo donos e clientes) participam do sistema econômico-político como aparelhos de hegemonia (Cf. GRAMSCI, 1968) e, portanto, estão invariavelmente articuladas com as classes dominantes. As únicas a terem a *possibilidade* de fugir à regra são as chamadas “agências ONGs”, ou do “terceiro setor” (como a IPS). Não se faz difícil constatar tal fato quando se reflete sobre os interesses envolvidos em cada caso:

- agências privadas (Reuters, UPI) têm interesses comerciais imediatos e, portanto, devem prestar serviços que se adequem producentemente ao “negócio” dos seus clientes, por sua vez sustentados por publicidade (de anunciantes privados ou estatais), na conhecida estrutura da mídia hegemônica;
- agências estatais (AFP, EFE, Tanjug) servem diretamente ao Estado e, particularmente, ao governo da vez, predominantemente ou em lugar do interesse público;
- agências “cooperativadas” (AP, ANSA) atendem às demandas dos assinantes que são seus próprios acionistas, reproduzindo de forma ainda mais direta o primeiro modelo, e perpetuando diretrizes e prioridades editoriais, além de evitar iniciativas (jornalísticas ou empresariais) consideradas “ousadas” ou “arriscadas” demais.

A criação de agências por conglomerados não é fenômeno novo²⁰, e atende a determinadas demandas comerciais por alimentação constante de notícias estrangeiras para uma cadeia de jornais, revistas e emissoras de rádio e TV. Em geral, estas agências “subalternas” exercem papel que varia entre o fornecimento de notícias internacionais para os próprios jornais do grupo, num fluxo informativo em sentido centrípeto, e o serviço de revenda do conteúdo produzido pelos veículos “da casa” para outros congêneres, em geral de menor porte (como jornais do interior), num fluxo de sentido centrífugo.

²⁰ Kruglak (1975; 10) registra que, em 1921, o empresário alemão Alfred Hugenberg criou um modelo de agência intra-conglomerado (diferente da UP de Scripps e da INS de Hearst) que seria copiado por Assis Chateaubriand e viria a ser o predominante no Brasil.

Há, porém, as agências de conglomerados que atendem ao mercado em geral, sem restrições corporativas e maximizando o potencial de lucro. A mais famosa destas foi, certamente, a United Press International (UPI), surgida em 1958 nos EUA a partir da fusão de duas agências preexistentes pertencentes a conglomerados de mídia estadunidenses: a United Press, fundada em 1907 pelo grupo E. W. Scripps²¹, e a International News Service de William Randolph Hearst, existente desde 1909²². Ambas, de início, ofereciam serviço focado para os jornais vespertinos, com concentração de despachos no horário da manhã (BOYD-BARRETT, 1980; 135-136). Em seguida, passaram a diversificar os serviços, oferecendo-os inclusive aos veículos de fora dos respectivos conglomerados. Como a maior concorrente, Associated Press, restringia seus serviços aos jornais que fizessem parte da sociedade, o crescimento da UPI se deu pelo fato de atender à demanda dos não-associados.

Quadro VI. Agências de notícias comerciais brasileiras

Agência	Sede	Atividade	Propriedade	Serviços
ABN	Brasília	1924-...	n/d	texto
Meridional/ DA Press	Brasília	1931-2007	Diários Associados	texto, áudio
Ag.Nacional/ Ag. Brasil	"	2007-...	"	foto
ASA Press	Brasília	1937-2003	Governo Federal	texto, áudio
SportPress/ Lance!Press	"	2003-...	"	texto, áudio
Agência JB	Rio de Janeiro	1943-1951	Igreja Católica	n/d
Transpress	Rio de Janeiro	1955-...	José Dias	texto, foto
Ag. Estado	"	"	Walter de Mattos Jr.	texto, foto
Ag. O Globo	Rio de Janeiro	1966-...	CBM (Tanure)	texto, foto, pacotes
Folhapress	n/d	1960s	Pires Ferreira	n/d
BR Press	São Paulo	1970-...	Grupo Estadão	texto, foto, dados financeiros, etc
	Rio de Janeiro	1974-...	Organizações Globo	texto, foto, gráficos, pacotes
	São Paulo	1994-...	Grupo Folha	texto, foto, gráficos
	São Paulo	1997-...	irmãs Resende	colunas, pacotes

fonte: informações coletadas nos próprios sites das agências de notícias, set./2009. n/d = não disponível.

As agências de conglomerados são também o modelo predominante no Brasil, historicamente (Quadro VI). A primeira delas foi a Meridional, criada pelo grupo Diários Associados, de Assis Chateaubriand, em 1931. Sua função original era distribuir tanto conteúdo de seus jornais (*O Jornal*, *Jornal do Commercio*, *Estado de Minas* e depois o *Correio Braziliense*) quanto da Rádio Tupi, apenas dentro do próprio grupo. A Meridional era mantida exclusivamente por “contribuições” (na verdade, transferência de capital) de seus próprios donos, sem faturar com a venda de material a terceiros. O relatório *News Agencies, their structure and operations*, produzido em 1953 pela UNESCO, afirma que a agência fornecia “exclusivamente notícias nacionais”,

²¹ Uma agência com o mesmo nome, United Press, funcionara no século XIX, desde 1882, em concorrência com as duas Associated Press (a de Nova York e a de Washington), mas falira em 1897. Scripps aproveitou-se do nome para sua nova agência, que foi constituída a partir de três “cooperativas” regionais de jornais de sua propriedade: da Costa Oeste, do Meio-Oeste e da Costa Leste dos Estados Unidos (BOYD-BARRETT, 1980; 135).

²² De acordo com Boyd-Barrett (1980; 23), a fusão na realidade foi a compra da INS pela UP.

ignorando a cobertura internacional (UNESCO, 1953; 72). Mais tarde, porém, alimentou a edição em espanhol da revista *O Cruzeiro*, também dos DA (com notícias sobre o Brasil para o público hispânico). Em 2007, a agência foi rebatizada como DA Press e passou a revender conteúdo dos jornais do grupo (inclusive o rico acervo histórico) para outros clientes²³.

As agências brasileiras ligadas a conglomerados jornalísticos não operam como agências de notícias propriamente ditas, senão “agenciadoras de notícias” – aquilo que no jargão da mídia nos Estados Unidos é denominado *syndication* –, na medida em que existem primordialmente para revender o conteúdo produzido pelos veículos de suas *holdings*, não para produzir material exclusivo diretamente para os clientes. Grande parte delas sequer destaca pessoal específico para realizar tarefas de apuração, preferindo fazer de cada repórter de seu “jornal-pai” também (e secundariamente) um repórter da agência. Com isso, no contexto brasileiro, nunca houve um mercado nacional expressivo de agências de notícias, o que configura uma peculiaridade nacional. Diferenciando-se tanto do mundo industrializado quanto da própria região da América Latina, o modelo de agências brasileiro, historicamente adotado, é peculiar e radicalmente distinto da maioria dos países, seja do “Norte” ou do “Sul global”.

1.4. Agências de notícias e o Estado

Durante muitos anos, particularmente entre as décadas de 1960 e 1980, falar em comunicação para o desenvolvimento significava falar em agências de notícias. Grande parte das iniciativas tomadas pelos ex-colônias européias ou no âmbito da ONU era materializada com a criação de agências nacionais de notícias ou a melhoria das já existentes. Agências de notícias são rápidas, baratas e centralizadoras – três fatores importantes para Estados que estavam começando a se estruturar.

Na visão dos ideólogos do desenvolvimento autônomo, agências de notícias são ferramentas políticas para construção do espaço simbólico por meio da circulação de informações. Este poder foi rapidamente notado pelos países emancipados no terceiro quartel do século XX (1950-1975) para atender a demandas específicas criadas ao longo do processo de descolonização. Com as independências, as antigas colônias perderam a responsabilidade de defesa, manutenção e investimentos por parte das metrópoles. Assumir a soberania nestas áreas era um objetivo estratégico e permanente para os novos governos. Assim, passaram a ter de “correr atrás” de substituições no amplo universo da economia mundial, obviamente começando em posição de desvantagem.

²³ Consulta ao próprio website da agência

Por isso, fazer-se presente junto à esfera pública internacional e ao imaginário da sociedade civil – principalmente entre as elites determinadas como “formadoras de opinião” – era uma tática veloz e de baixo custo dentro daquela estratégia.

Não é de se espantar que, entre os vários alicerces prioritários na construção da estrutura institucional dos países recém-emancipados na África, sul da Ásia e Caribe entre os anos 1950 e 1970 estivessem as agências de notícias. Como distribuidoras de informação em massa para os meios de comunicação, tanto em âmbito interno (nacional) quanto externo (internacional), estas empresas tinham um poder quantitativamente insuperável para disseminar informações e opiniões (incluindo aí propaganda), elemento de alta importância estratégica para os Estados em fase incipiente de constituição.

Dentro deste contexto, era dado às agências o papel ao mesmo tempo nobre e discutível de serem a voz e a vitrine dos povos em luta por emancipação – não apenas política, mas também econômica, tecnológica, científica e cultural. A estratégia de desenvolvimento adotada por esses países atribuía às agências a função de divulgar suas conquistas e demandas, defender seus posicionamentos, documentar seus atos e, talvez em plano até menor, informar a esfera pública e atores geopolíticos mundiais sobre os acontecimentos e o processo cotidiano de construção do Estado-nação. Tratava-se, em última análise, de se fazer presente numa realidade mundial em que os canais de comunicação eram extremamente concentrados e controlados por corporações sediadas nas grandes potências, quando ainda não havia Internet.

Ao mesmo tempo, internamente, graças à estratégia do monopólio sobre a assinatura e a redistribuição do material do serviço de agências de notícias estrangeiras (BOYD-BARRETT, 1980), as agências nacionais do mundo em desenvolvimento exerciam o filtro primaz sobre o que se passava e se dizia no mundo – particularmente o que fosse publicado a respeito do próprio país em questão. A agência era a mão do Estado fechando e abrindo a porteira do *gatekeeping* diretamente, numa época em que não existiam à disposição os agregadores e as ferramentas de busca *online* para mapear, buscar ou encontrar outras fontes de informação.

1.5. Sistema internacional de informação das grandes agências

A narrativa clássica sobre o surgimento das agências de notícias como modelo de negócios particular no setor da comunicação atribui o fato, mimética e viciosamente, à iniciativa individual de Charles-Louis Havas (1783-1858), banqueiro francês de origem húngara e fundador da companhia epônima que teria sido “a primeira agência de notícias na História” (Boyd-Barrett, Salinas, Mattelart, Shrivastava, Lazarević &

Jovanović etc.). A data de criação é por vezes citada como 1835, embora Boyd-Barrett (1980; 122) registre que já em 1832 Havas estabelecera um escritório de tradução que prestava serviços informativos financeiros a seus clientes privados (capitalistas franceses). No império de Napoleão Bonaparte, Havas tinha sido financiador do exército francês da campanha na Península Ibérica (a Guerra Peninsular, ocupação de Portugal e Espanha, 1808-1810) e percorreria grande parte da Europa captando recursos para suas transações financeiras (idem; 125). Depois de falir, já no reinado de Luís Filipe (1830-1848), teve a iniciativa de empregar sua rede de contatos para apurar informações úteis a investidores (cotações de mercadorias e matérias-primas, previsões de colheitas, decisões políticas, questões tributárias etc.), depois traduzi-las e revendê-las. Com isto, montou a *Agence de Feuilles Politiques et Correspondance Générale*, mais tarde rebatizada com seu próprio nome.

A mesma narrativa segue creditando ao “empreendedorismo” de outros dois indivíduos, originalmente funcionários de Havas, a reprodução e o aperfeiçoamento do negócio até a formação de um sub-setor empresarial: Paul Julius Reuter (1816-1899), fundador da Reuters britânica (1851), e Bernhard Wolff (1811-1879), fundador da Wolff (originalmente, Continental Telegraphen; 1849), embrião da atual DPA alemã. Em comum, os três tinham a ancestralidade judaica. Naqueles diversos autores (já mencionados) que recontam o nascimento dos sistemas das agências, com ou sem juízo de valor, ambos são retratados como antigos colaboradores que se aproveitaram da idéia de Havas e abandonaram o padrão para fundar suas respectivas empresas. Os textos não costumam entrar em méritos como a relação pessoal entre os personagens – exceto Shrivastava (2006; 3), quando afirma que Reuter e Wolff eram não só funcionários, mas *protégés* de Havas –, mas coincidem na ênfase às iniciativas individuais de cada um e na insinuação de “traição” cometida pelos segundos, que teriam apenas alargado uma picada aberta pelo primeiro. Mattelart atribui à “originalidade” de Havas a combinação de informação com publicidade, criando o que teria sido “a precursora dos grupos multimídia do século XX”, enquanto Lazarević & Jovanović (2008; 18) chegam ao extremo de chamar o empresário franco-húngaro de “pai do jornalismo moderno”.

O evidente êxito da empresa fez com que dois alemães empregados seus, Bernard Wolff e Julius Reuter, deixassem a agência e decidissem competir com ela, estabelecendo seus próprios serviços. (...) A Wolff e a Reuters competiram arduamente pela captura do florescente mercado europeu. Wolff instalou-se em Berlim e, graças a uma associação com Werner Siemens [N.doA. fundador da Siemens, em 1847], tirou proveitosas vantagens do uso de canais telegráficos. Reuter instalou-se inicialmente na França e logo ganhou um espaço próprio para cobrir distâncias não cobertas pelo telégrafo, como pombos-correio, cavalos e ferrovias. (SALINAS, 1984; 35)

Tais abordagens personalizantes – estranhamente encontráveis mesmo em autores que privilegiam a economia política da comunicação – pecam por subjugar o entorno político e as causas de fundo econômico para o surgimento de um negócio especializado na distribuição em massa de informações.

Um simples reexame da conjuntura histórica na Europa do período entre 1832 (início do serviço de Havas) e 1851 (criação da Reuters) traz à tona os aspectos de ruptura paradigmática vividos pela sociedade do capitalismo então incipiente, como o ápice da primeira revolução industrial, o ocaso definitivo do absolutismo (que, entre inúmeras outras restrições, praticava censura à imprensa), a invenção e rapidíssima instalação de malhas internacionais de telecomunicações e transporte (telégrafo e ferrovia) e a demanda por informação transcontinental derivada da integração das nações emancipadas das Américas na economia mundial (sem os monopólios das metrópoles). Mais ainda, não se pode admitir mera casualidade no fato de tal janela temporal quase coincidir com a fase das chamadas “revoluções liberais”, de 1830 a 1848, quando ocorreu a consolidação política da burguesia, a sobrevivência e a expansão do liberalismo econômico pós-napoleônico e a conformação generalizada de um ambiente político-econômico propício para o desenvolvimento do capital, o que evidentemente gerava uma demanda incessante por comércio de *mercadorias* de todos os gêneros – inclusive a informação.

Assim, não parece faltar muito para se alcançar a conclusão de que, dadas as circunstâncias históricas, social e economicamente favoráveis, geradoras de demanda e possibilitadoras da infraestrutura tecnológica necessária, as agências de notícias teriam surgido naquele momento a despeito dos gênios empreendedores pessoais de Havas, Reuter ou Wolff.

Tanto se verifica tal conclusão que, do outro lado do oceano, em um contexto também marcado pela consolidação do liberalismo político e econômico, outras experiências de natureza distinta mas nascidas de demandas similares davam origem a outra forma organizacional e operacional do que viriam a ser as agências de notícias. Hakemulder et al. (1998) afirmam que, desde a década de 1820, cinco jornais de Nova York²⁴, nos Estados Unidos, cooperavam regularmente para buscar no porto notícias trazidas pelos navios que ancoravam, recém-chegados da Europa²⁵. O vapor fretado para

²⁴ De acordo com Blondheim (1994; 63), os cinco jornais eram o *New York Sun*, de Moses Yale Beach, o *New York Herald*, de James Gordon Bennett e Frederic Hudson, o vespertino *New York Evening Express*, o *Courier and Enquire*, de James Watson Webb (embaixador norte-americano no Brasil, 1861-1869), e *The Journal of Commerce*, de Samuel Morse, que em 1832 inventara o telégrafo.

²⁵ Segundo Schwarzlose (1979; 24), a prática de interceptar navios antes que alcançassem o cais para ‘furar’ os concorrentes data de 1784 em Boston, quando o jornal *Massachusetts Sentinel* o fazia durante a Guerra de Independência dos EUA, e foi sistematizada em 1811, quando Samuel Topliffe, Jr. assumiu a cantina da

o trabalho, originalmente chamado de *Naushon*, acabou rebatizado como *Newsboy* (BLONDHEIM, 1994; 64). O acordo, no início informal, era para que os repórteres de cada jornal se alternassem no esforço e sempre compartilhassem as novidades recebidas com os demais (HAKEMULDER et al., 1998; 38).

Duas décadas depois, a cooperação vinha em marcha tão regular que os jornais participantes – agora seis, acrescidos do *New York Tribune*, de Horace Greeley – decidiram “criar um estatuto e uma planilha” (idem; ibidem) e formalizaram o acordo sob um marco jurídico, a Harbor News Association.

Uma flotilha de *newsboats*, de propriedade e operação conjuntas pelos sócios, reunia outros ‘carregamentos de notícias’ no porto. O acordo era limitado à coleta de notícias no porto de Nova York e não dizia respeito a quaisquer outros arranjos para apuração em terra, mar ou por pombos-correio. Isto não significava, entretanto, que não existisse na época nenhum outro acerto de cooperação entre os jornais associados. Enquanto a Harbor Association era uma entidade legal, com fundação contratual, os acertos telegráficos contemporâneos, que não envolviam propriedade conjunta, nenhuma questão de manutenção, compra ou venda de bens palpáveis, não exigiam um marco jurídico. Assim, um acordo de trabalho não-formulado era suficiente.²⁶

O mesmo Blondheim (1994; 62-65) registra como a idéia de se formar um *pool* foi estimulada por uma demanda comercial para se estimular uma otimização do uso das conexões de telégrafo, em uso comercial desde 1844, mas ainda raríssimas e caríssimas. Graças a uma regra imposta pelas operadoras, cada pessoa (física ou jurídica) tinha direito a no máximo 15 minutos de uso da linha por transmissão. Com isto, os repórteres nas sucursais portuárias aguardavam em fila e, trocando impressões e informações com os colegas, faziam uma seleção dos fatos que julgavam mais importantes, o que os levava a enviar despachos idênticos. Para não simplesmente repetir material (ou seja, eliminar redundância do processo), os editores tomaram a iniciativa de sugerir o *pool* para poupar custos, tempo e maximizar o volume de informação recebido. Os despachos enviados por cada repórter a cada intervalo de 15 minutos, então, passaram a ser distintos e complementares, transmitidos a um destinatário único e de lá redistribuídos entre os participantes.

Casa de Câmbio de Boston e criou uma sala de leitura com um mural no qual pregava notas com informações colhidas dos navios abordados pelos *newsboats* que ele mesmo operava. Logo o mural se tornou uma referência para os jornalistas da cidade, o que é confirmado por Hakemulder et al. (1998; 37). O pioneiro da atividade em Nova York teria sido o próprio Morse, co-fundador e co-proprietário do *Journal of Commerce* desde 1827 (mesmo ano de fundação do *Jornal do Commercio* carioca). Com a formação da Harbor News, as escunas usadas por Morse foram logo postas a serviço da entidade, que viria a se transformar na AP.

²⁶ BLONDHEIM, 1994; 64

A data tradicionalmente atribuída para a fundação da entidade que seria o embrião da AP – em Boyd-Barrett (1980; 131), Salinas (1984; 34), Mattelart (1994; 28), Hakemulder et al. (1998; 38), Shrivastava (2006; 6) e Jovanović e Lazarević (2005; 8) – é maio de 1848, ocasião da reunião na sede do *New York Sun* em que a New York Associated Press foi formalizada. Entretanto, em 2005, a própria AP divulgou que adquiriu documentos dos seus jornais fundadores cujo conteúdo indicava que, na verdade, a entidade havia sido fundada dois anos antes, em maio de 1846, no início da Guerra dos EUA contra o México, quando já havia dois anos de incipientes linhas de telégrafo, confirmando uma suspeita que Blondheim já sinalizava em seu livro de 1994.

Era conveniente para Hudson, um homem do *Herald*, desmerecer o estágio inicial da Associated Press, e uma memória fraca não fazia os eventos desse período nada mais vívidos. O registro contratual na mão de Hudson – os dois acordos da Harbor News, um de meados de 1848, outro do início de 1849 – provavelmente respaldou sua cronologia. Ainda assim, o esforço pioneiro do *New York Sun* e a impressão sobre o primeiro e grande “congresso da República do jornalismo” que deu origem à New York Associated Press permaneceram. Hudson reconheceu que isto teve lugar na redação do grande rival do *Herald*, o *New York Sun*.²⁷

Todos estes veículos, observa Salinas (1984; 34), eram representantes da chamada *penny press*, a imprensa de cunho popular responsável pelo modelo do jornal massificado norte-americano, que nem por isso deixava de dedicar espaço privilegiado ao noticiário internacional (ao contrário do que faz a imprensa popular brasileira, por contraste).

As três agências européias (Havas, Wolff e Reuters) não tardaram a perceber a dificuldade em dar conta da competição generalizada em todos os pontos do mundo – progressivamente anexados às esferas econômica e geopolítica européias, com o imperialismo oitocentista – e em poucos anos decidiram pela criação de um cartel que, num simbólico antecedente do Congresso de Berlim, repartiu o mundo entre áreas de atuação nas quais cada uma teria monopólio tanto sobre a apuração de notícias quanto sobre a venda de assinaturas para a imprensa local.

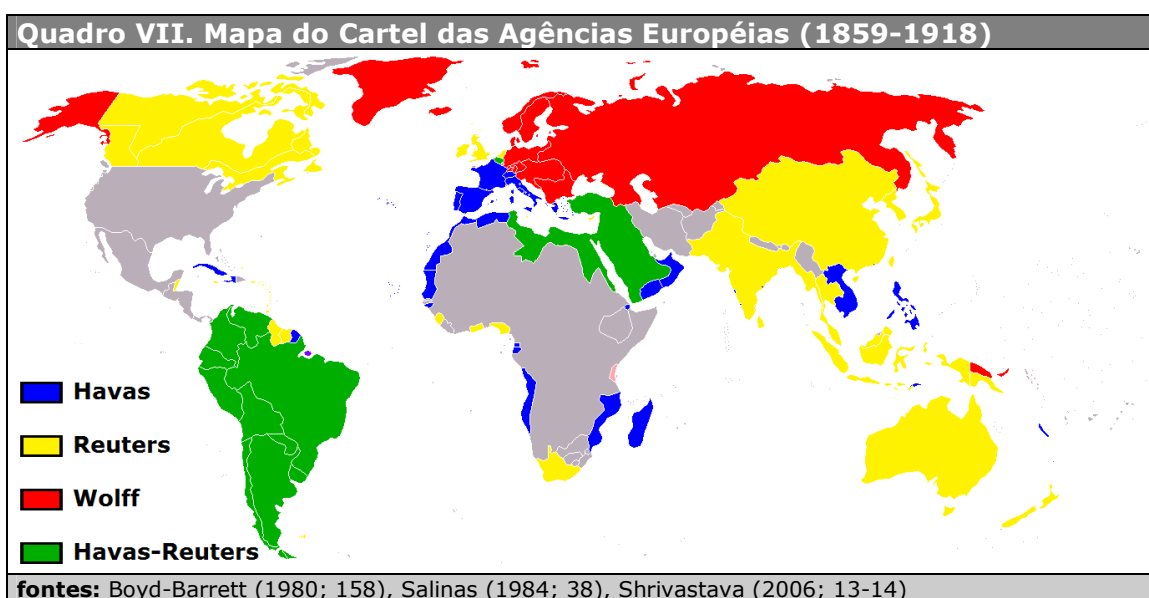
A intenção primária dos acordos era reduzir o custo da apuração de notícias internacionais (já que as agências tendiam a confinar suas atividades aos seus próprios mercados exclusivos, exceto as grandes notícias ou centros noticiosos) e, ao mesmo tempo, é claro, proteger mercados.²⁸

Novamente, há discrepância na literatura em relação à data do acordo do cartel das agências européias. Mattelart (1994; 28) estabelece o ano somente em 1870, mas

²⁷ BLONDHEIM, 1994; 64-65

²⁸ BOYD-BARRETT, op.cit., p.196

Boyd Barrett (1980; 116-117), Salinas (1984; 38) e Shrivastava (2006; 13-15) esclarecem que, na realidade, houve “uma série de acordos” que culminaram na constituição de um cartel europeu, excluindo a já ativa AP estadunidense e outras agências nacionais menores que então se formavam (Fournier e Continentale na França, PA e Extel na Inglaterra; Hirsch na Alemanha; Stefani na Itália e Fabra na Espanha). O primeiro deles teria sido assinado em 1859, embora desde 1856 já houvesse entre Havas e Reuter a prática de intercâmbio de boletins comerciais entre as agências subordinada à *exclusividade de direitos de redistribuição* nas respectivas áreas de atuação (Salinas, idem). Três anos depois, a inclusão da Wolff se deu concomitantemente ao mapeamento destas áreas, na divisão apresentada no Quadro VII.



Em janeiro de 1870, representantes das três agências se reuniram para assinar o acordo de partilha do globo, estendendo a divisão europeia para todo o planeta (o que Salinas denomina “Tratados de Agência”). Os termos, naturalmente, refletiam os jogos do imperialismo. Uma cláusula de precedência imposta pela Havas e pela Reuters à Wolff obrigava esta última a pagar àquelas 25% de seu lucro anual e restringia sua futura expansão. A instalação do cabo telegráfico submarino conectando a América do Sul à Europa (mais especificamente, Recife no Brasil a Lisboa em Portugal), em 1874, deu margem a uma emenda determinando o continente sul-americano como área compartilhada por Havas e Reuters, assim como já o eram o Império Otomano e a Bélgica. Em 1887 e 1889, termos adicionais incluíram a austro-húngara Kaiserlich und Königlich Telegraphen-Korrespondenz (KKTK) e a estadunidense AP como “sócias júnior”, com direito à republicação do material (SHRIVASTAVA, 2006; 13-14).

Todas as outras regiões foram declaradas território neutro onde todas as três poderiam operar. Acordos posteriores cobriram o mundo

inteiro. As sócias nos acordos pós-1870 deveriam vender suas notícias somente onde, por consentimento mútuo, estivessem suas esferas de influência; fora dessas esferas, eles forneceriam notícias somente às demais parceiras.²⁹

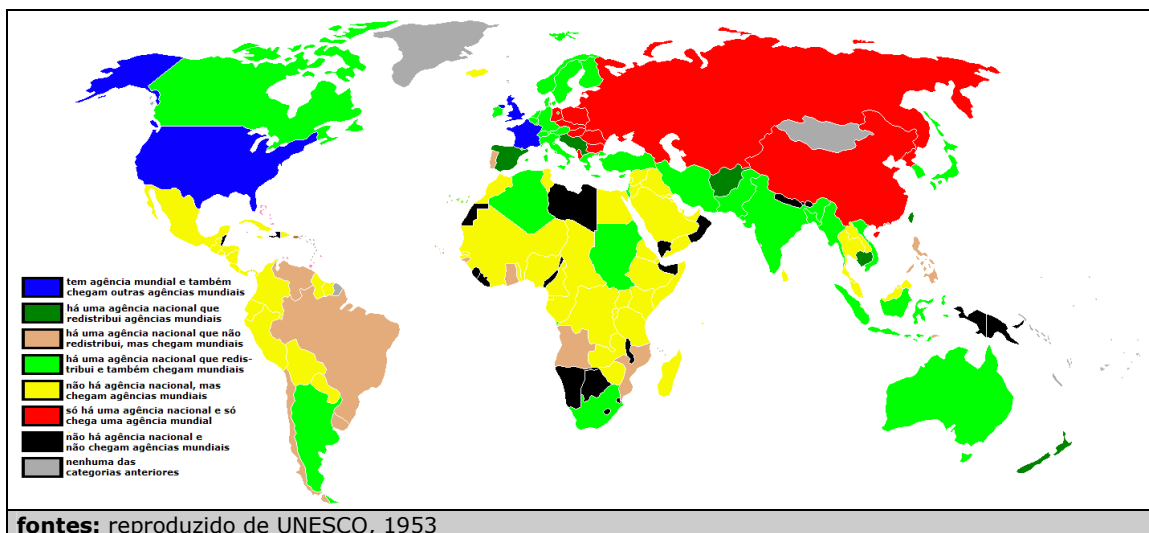
O cartel durou por quase 60 anos, até a Primeira Guerra Mundial, quando a Wolff foi debilitada pela derrota alemã (não só por depender de incentivos do Estado, mas porque a economia alemã como um todo ficou arruinada, afetando seus próprios assinantes) e teve seu território repartido entre as concorrentes. As agências norte-americanas tiveram atitudes diferentes em relação à aliança européia: enquanto a AP foi progressivamente se aproximando do cartel, a UP e a INS (antecessoras da UPI, fundida a partir destas em 1958) optaram pelo enfrentamento direto, inclusive oferecendo seus serviços a jornais da América Latina. No entre-guerras, o cartel sobreviveu parcialmente, com a adesão formal da AP em 1927, mas a perda da Rússia para a nascente TASS, a agência soviética. Esta assinou um acordo com AP e UP em 1934, repudiando formalmente o oligopólio europeu, no que foi seguida pela Rengo, agência japonesa. A quebra dos termos dos acordos levou a um fim definitivo do cartel, logo antes da Segunda Guerra Mundial (SHRIVASTAVA, 2006; 15).

Mais tarde, já no cenário da Guerra Fria, uma nova estrutura dos sistemas internacionais de informação instituiu uma espécie de redivisão global entre as agências de notícias: do lado capitalista, AP, UPI, Reuters e AFP (sucessora da Havas fundada pelo Estado francês) constituíram um novo oligopólio, apelidadas de “Quatro Grandes” (ou *Big Four*), enquanto a TASS atuava como agência principal no bloco socialista, embora jamais exercendo monopólio de coleta e distribuição nos países satélites.

O Terceiro Mundo, por sua vez, ficou à mercê das quatro ou cinco agências transnacionais, que detinham não só as tecnologias de transmissão como praticavam preços competitivos. O jornalismo de agências que executavam e forneciam, no entanto, continuava orientado para os seus clientes domésticos, cuja maior variedade e capacidade financeira fornecia a elas maior fatia de suas receitas (BOYD-BARRETT, 1980). Nos países em desenvolvimento, portanto, o jornalismo de agências foi desenvolvido como uma espécie de resposta às frustrações com a cobertura feita pelas agências do “Norte” (incluindo aí não só as potências ocidentais, mas também a URSS) e com um acentuado papel político no processo de construção das identidades nacionais que se seguiu à descolonização (do pós-guerra aos anos 1980).

Quadro VIII. Modelos de sistemas nacionais de agências (1952)

²⁹ SHRIVASTAVA, 2007; 13-14



Este posicionamento seria determinante para as posteriores iniciativas de cooperação entre agências terceiro-mundistas, que se tornariam instrumentos políticos durante e após as lutas de libertação nacional e os processos de descolonização. A base teórico-conceitual de suas práticas deveu muito, ainda, à idéia de “comunicação para o desenvolvimento”, que por sua vez se relacionava a diversas correntes de orientação marxista que advogavam um socialismo específico para nações subdesenvolvidas, sob “vias nacionais” adequadas às realidades de cada povo e cada país. O núcleo inicial desta experiência de socialismo independente, cooperativo, autogestionário, seria a República Federativa Socialista da Iugoslávia – como será visto no Capítulo II.

CAPÍTULO II

COMUNICAÇÃO E AUTOGESTÃO: A POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA IUGOSLÁVIA SOCIALISTA

A contribuição da Iugoslávia para a comunicação internacional Sul-Sul não teve, até hoje, comparação à sua altura. Durante o período em que vigorou o socialismo iugoslavo, peculiar em inúmeros aspectos, o regime do Marechal Josip Broz Tito empenhou-se em promover a cooperação e a ação política conjunta dos países em desenvolvimento como bloco, não só no âmbito do Movimento Não-Alinhado, mas em outras instâncias multilaterais, como os órgãos da ONU. Isto se deu em vários campos, desde o comércio até a medicina, mas incluindo particularmente a comunicação. Os gestores públicos do setor, sob Tito, tiveram protagonismo no chamado pela NOMIC e lutaram política e ideologicamente para aplicar à imprensa, à cultura e às telecomunicações o mesmo princípio da autogestão que caracterizava o modelo de produção adotado nos setores primário e secundário. Pretenderam criar um “jornalismo autogestionário” que, assim como o socialismo autogestionário pensado por Edvard Kardelj, atendesse às demandas e idiosincrasias dos países pobres, recém-descolonizados. Sua maior vitrine para tal projeto era a Tanjug, a agência de notícias oficial do regime que, ao tentar aplicar a autogestão à prática jornalística, experimentou um tipo de produção da informação totalmente distinto da centralidade e verticalidade das agências tradicionais, o que estudiosos da época classificaram como “não-linear” – mais de três décadas antes da digitalização e da Internet. O propósito deste capítulo é resgatar a trajetória do socialismo iugoslavo e a forma como suas políticas públicas de comunicação criaram parâmetros para a constituição de um sistema internacional de informação Sul-Sul.

2.1. Breve História da Iugoslávia

A Iugoslávia foi um país organizado nos Bálcãs em 1918 a partir da unificação das províncias austro-húngaras de maioria eslava (Eslovênia, Eslavônia, Croácia, Dalmácia, Bósnia, Herzegovina e Voivodina) com os países independentes da Sérvia e de Montenegro³⁰, sob a coroa do Reino da Sérvia, que por sua vez ficara independente da suserania turca em 1878 (SOARES, 1999; 10).

De fato, a criação do novo país foi fruto imediato da reordenação territorial européia definida nos mapas sobre a mesa em Versalhes, mas também atendia a uma secular reivindicação de povos eslavos. Na segunda metade do século XIX, o movimento pan-eslavista ganhou adeptos entre a *intelligentsia* tanto de croatas quanto de sérvios e búlgaros como forma de resistência política e cultural às dominações estrangeiras dos Impérios Austro-Húngaro e Otomano.

Até 1918, o país chamou-se oficialmente “Reino dos Sérvios, Croatas e Eslovenos” (SHS na sigla original), com o termo multilíngüe “*Jugoslavija*” (do prefixo eslavo *yug*, “sul”, mais *slavija*, uma espécie de jargão para a imaginária comunidade pan-eslava sem atrelamento territorial definido) usado como designação não-oficial³¹. Em 1929, o nome Reino da Iugoslávia foi adotado oficialmente quando o rei Alexandre I deu um auto-golpe e instituiu um regime autoritário. Cinco anos depois, o monarca seria assassinado quando visitava Marselha, na França, e sucedido no trono por seu filho Pedro II, então com 11 anos. Por causa da menoridade do novo rei, a regência foi confiada a seu tio, o príncipe Paulo, simpático ao Eixo. Quando os nazi-fascistas forçaram o regente a assinar a adesão ao Pacto Tripartite, em março de 1941, a população de Belgrado se revoltou, o príncipe foi deposto e, em consequência, o país foi invadido.

Enquanto a Alemanha desmembrou e anexou a Eslovênia (como território germanizado, antigamente austríaco e “parte do Reich”), instigou os colaboracionistas croatas – chamados de *ustaša*, no singular, e *ustaše*, no plural – a fundar o “Estado Independente da Croácia” (que incluía a Bósnia, povoada também por sérvios),

³⁰ Até 1918, Montenegro era um outro país, independente da Sérvia e nunca anexado ao Império Otomano, no máximo colocado sob o status de protetorado turco. No entanto, lingüística e etnicamente, a população montenegrina sempre foi sérvia, compartilhando o mesmo dialeto, religião e cultura que a da Sérvia.

³¹ No mesmo contexto, a República Tcheca e Eslovaca, também desmembrada da Áustria-Hungria, ganhou o epíteto de Tchecoslováquia (*Československo*) mais tarde oficializado. Note-se que nesta época a idéia de estado bi ou multinacional não era nada incomum, especialmente na Europa Central e do Leste, graças às reformas da segunda metade do século XIX deflagradas pelas revoluções de 1848. A tríade romantismo/nacionalismo/liberalismo fez surgir comunidades com relativa multiplicidade identitária nesses impérios. Ressalte-se também o uso do termo “Todas as Rússias”, no plural, em referência à Bielorrússia (Rússia Branca), à Ucrânia (Pequena Rússia) e à Rússia propriamente dita (Grande Rússia), bem como o sistema do *millet* turco-otomano.

entregou a Voivodina à Hungria e a Macedônia à Bulgária, a Itália anexou a península da Ístria (hoje dividida entre Croácia e Eslovênia), que contém o porto de Trieste, e incorporou o sul da Sérvia (Kosovo) ao seu fantoche Reino da Albânia, tendo Vítor Emanuel III como rei.

Os comunistas iugoslavos, em boa parte constituídos por membros da etnia sérvia, organizaram a principal frente de resistência à ocupação nazi-fascista, sob a liderança do metalúrgico croata Josip Broz – conhecido pelo codinome “Tito”. Em sua base em Jajce, na Bósnia-Herzegovina, os *partizans* fundaram Frente Popular Anti-Fascista de Libertação da Iugoslávia (AVNOJ, de *Antifašističko Veće Narodnog Oslobođenja Jugoslavije*), que articulou os diversos grupos de combatentes.

Apesar do comando unificado, a ação prática dos *partizans* era autônoma em núcleos locais, inclusive devido à dificuldade de comunicação entre os diferentes focos de resistência (ferrovias e estradas eram guardadas pelo invasor). A experiência da descentralização, especialmente num contexto tão arriscado e tendente à hierarquia quanto a guerra, viria a ser decisiva na constituição da autogestão como um princípio de organização socioeconômica.

Em paralelo à guerra de libertação, os *partizans* travaram também uma guerra civil tripartite (SOARES, 1999; 18-19), com outros dois grupos armados: os *ustaše* e os *tchetniks* ou *četnici* (*četnik*, no singular), guerrilheiros de direita defensores da monarquia. Com táticas de guerrilha e apoio logístico dos aliados (principalmente ingleses) a partir da Campanha da Itália, os *partizans* conseguiram derrotar invasores e inimigos internos e fundar o Estado Federado da Iugoslávia – que, com a aprovação de uma nova Constituição, em 1946, passaria a constituir a República Federativa Socialista da Iugoslávia.

A eventual vitória sem a ajuda do Exército Vermelho conferiu força moral ao regime iugoslavo para resistir à pressão soviética sobre o Leste Europeu no imediato pós-guerra, a partir da divisão de esferas de influência decidida na Conferência de Ialta.

Ao longo do governo, Tito soube equilibrar-se e, quando necessário, afastar-se dos elementos mais extremistas que o puxavam ora em direção à liberalização e aproximação com o Ocidente capitalista, ora em direção à coletivização absoluta e colaboração com a esfera soviética. No imediato pós-guerra, o marechal contava com uma *trojka*, ou triunvirato de principais assessores, todos comandantes oriundos das fileiras *partizans*: Edvard Kardelj (moderado), Milovan Đilas (dissidência liberal) e Aleksandar Ranković (dissidência linha-dura).

O sérvio montenegrino Đilas foi o primeiro a cair em desgraça, já em 1954. Emissário dos *partizans* (e, depois, do governo constituído) junto à União Soviética,

teve diversos encontros com a cúpula do PCUS, a partir do que pôde constatar a formação da *nomenklatura* como uma nova classe dirigente, que aparelhava o Estado e as esferas de produção, e previu que o mesmo poderia ocorrer na Iugoslávia.

Ranković, por outro lado, era um representante da ala linha-dura dos militares e pregava ações enérgicas contra a dissidência e minorias étnicas. Foi exonerado e ostracizado em 1966, depois de sugerir a Tito que “passasse os tanques” sobre o Kosovo, a província de maioria albanesa.

O único a permanecer com Tito até o fim da vida foi Kardelj. O esloveno, de perfil acadêmico, havia sido representante da Iugoslávia junto ao Comintern, em Moscou, nos anos 1930. Durante a guerra, liderou a Frente de Libertação do Povo Esloveno, pois sua região era uma das áreas onde mais havia colaboracionistas. Com a fundação da República Socialista, assumiu o papel de teórico e ideólogo do socialismo autogestionário iugoslavo.

Para a Iugoslávia, a autonomia na luta anti-fascista pela libertação nacional frente aos dois *fronts* (Aliado e soviético) seria decisiva para a formação de seu não-alinhamento como política estratégica nacional. A própria atuação internacional do socialismo autogestionário foi proeminente, até mais internacionalista do que a teoria da “revolução permanente”. Tito e Kardelj passaram a defender as “vias nacionais para o socialismo”, que deveria ser alcançado de acordo com as condições históricas e materiais de cada país – seus próprios recursos naturais, seu território, sua cultura, sua organização social nativa. Era uma tese, aliás, que o próprio Stalin defendera até 1948 (Cf. OPAT in HOBSEBAWM, 1987; 231). Tal pensamento caiu como uma luva para os países que então se emancipavam das potências imperialistas (a primeira leva, nos anos 1940-1950 no sul da Ásia e a segunda, nos anos 1960-1970 na África e no Caribe) e tinham pressa de atender às graves demandas sociais, com manifestações como a de Amílcar Cabral, na África Portuguesa, e sua negação da ditadura do proletariado.

Tais ações não se davam por assistencialismo gratuito ou puro proselitismo, tampouco por intenções imperialistas dissimuladas por alguma potência econômica-militar – até por não ser o caso da Iugoslávia –, mas por uma consolidada política de cooperação para o desenvolvimento fundada em princípios cuja origem estava na experiência singular desdobrada pelos iugoslavos.

O socialismo experimentado na Iugoslávia foi caracterizado por uma série de peculiaridades próprias às características idiossincráticas do país. A federação, formada por seis repúblicas com relativa autonomia (muito maior, comparativamente, que a de suas congêneres soviéticas), fortes disparidades socioeconômicas (de um norte-noroeste extremamente industrializado e urbanizado a um sul-sudeste pobre e agro-minerador) e

ampla diversidade cultural (cinco etnias, quatro idiomas, três religiões e dois alfabetos convivendo num território proporcionalmente diminuto), desenvolveu uma doutrina e uma práxis próprias para a revolução. A obstinação na adoção de sua “via nacional para o socialismo”, inclusive, levou a Iugoslávia ao rompimento precoce com a União Soviética em 1948, quando Moscou ainda era considerada a “Meca do comunismo”.

Logo após o cisma, os ideólogos do regime reuniram-se para elaborar um modelo que, ainda que se distinguindo claramente do soviético, se mantivesse fiel às categorias marxianas e desse conta das assimetrias internas. Dos debates nasceu a concepção do socialismo autogestionário ou autogestão socialista (em servo-croata, *socijalističko samoupravljanje*), logo apelidada de “titoísmo” pelos detratores stalinistas.

2.2. A Proposta Autogestionária

A idéia de autogestão encontra sua gênese no início das lutas operárias na Europa de meados do século XIX, que se desenvolveram tanto nas correntes socialistas quanto nas anarquistas. Segundo Nogueira Filho (1969; 14), autor de origem burguesa, a definição mais genérica e consensual de autogestão é um “sistema orgânico de entidade de trabalho autônoma, de capital coletivo próprio, dirigida por órgãos de que participem exclusivamente – por via direta ou representativa – os integrantes da empresa” ou, em palavras semelhantes, a “administração, realizada com a participação direta ou por via representativa, de todos os elementos humanos constitutivos da empresa”.

Dallemagne (1977; 16-17) sublinha o caráter intrinsecamente revolucionário da proposta autogestionária, como reação a um processo de “aburguesamento” verificado entre a classe operária dos países de capitalismo avançado. Ao promover a participação direta dos trabalhadores nas decisões sobre o processo produtivo, a autogestão “apresenta-se como uma resposta à alienação”. Contra o modelo da propriedade estatal, inevitável geradora de uma burocracia, os autogestionários propunham a idéia de “propriedade social”, em que os meios de produção estariam direta, e não indiretamente, sob o controle da sociedade, materializada nos operários do chão de fábrica, nos subalternos, nos trabalhadores imediatamente envolvidos na produção.

A propriedade social é a expressão da direcção social. É necessária para que a actividade particular de cada trabalhador seja directamente actividade social, ou seja, parte da actividade de conjunto da sociedade. Se esta condição não for preenchida, o trabalho concreto de cada indivíduo ou de cada grupo continua diferente do trabalho social, no qual ele se deve converter para ser socialmente legitimado. Esta é a razão pela qual Marx e Engels se opuseram às concepções segundo as quais os trabalhadores se devem tornar proprietários dos seus meios de trabalho.³²

³² DALLEMAGNE, Jean-Luc. *Autogestão ou Ditadura do Proletariado*. Lisboa: Socicultur, 1977. pp.233-234

Um princípio central do socialismo autogestionário é o de que a autogestão “abrange todas as esferas da sociedade”, não apenas aquelas diretamente relacionadas à produção material (NASCIMENTO, s/d; 3-5). Também Nogueira Filho (1969) ressalta a universalidade do princípio autogestionário, lembrando que abrange igualmente atividades da esfera superestrutural, entre as quais se incluem a cultura e a comunicação social.

Toda coletividade de que seja em verdade dirigida, ordenada, administrada pelos seus próprios elementos constitutivos, é uma entidade autogestionada. E as há ou pode haver, por certo, em todos os ramos da atividade humana.³³

Assim, por “autogestão” entendem-se inúmeras formas distintas de organização da produção, mas com um eixo em comum: o controle dos meios por quem os opera, sem mais-valia e sem submissão a um poder exógeno. O diferencial basilar da autogestão em relação ao socialismo soviético é que aquela independe da socialização dos meios de produção e da autoridade do partido como agente regulador burocrático. Na verdade, a autogestão é possível tanto no capitalismo quanto no socialismo, porque não se trata de um modo de produção distinto, mas de uma forma de organização produtiva por livre-associação.

Novamente, é Nogueira Filho quem enfatiza a gênese socialista do princípio autogestionário, mas – por oposição ao caráter estático do modelo soviético – se coloca em permanente reconstrução e aperfeiçoamento, não só por incentivo à autocrítica como pela visão dialética sobre a evolução da organização produtiva mesmo após a consolidação revolucionária: na autogestão, o regime está sempre em processo, nunca estagnado.

Foi na órbita das nações socialistas que a autogestão surgiu, há cerca de duas décadas. No seu berço, a Iugoslávia, continua em vigor e como foi previsto pelos que a idealizaram sujeita a reformulações, ajustes e reajustes, tendentes a aprimorá-la, firmada que está sua viabilidade no plano nacional. (...) Paradoxalmente, nos regimes sociais vigentes nos países comunistas modelados pelo stalinismo, maoísmo e castrismo, as resistências à autogestão não são menores do que as opostas no âmbito capitalista ortodoxo (...).³⁴

Segundo o autor, “há uma antinomia irreduzível” entre os socialismos de modelo estatista, soviético, e a proposta autogestionária, identificada em três causas:

- “existência de uma inflexível burocracia autoritária na cúpula do Estado, incompatível com a democracia interna nas empresas, condição primeira da administração operária”;

³³ NOGUEIRA Filho, Paulo. *Autogestão: participação dos trabalhadores na empresa*. São Paulo: José Olympio, 1969. pág.14

³⁴ NOGUEIRA Filho, Paulo. op.cit., pág.15

- “organização de planos de Estados autoritários que, fatalmente, ferem fundo a autonomia de toda entidade autogerida”;
- “ausência de mercados concorrenciais ou indicativos das tendências do consumo, instrumentos essenciais à vida e desenvolvimento das empresas de capital próprio, como são as autogeridas”.

Também Sweezy (apud QUEIROZ, 1982; 14), comentando sobre os regimes socialistas do Leste Europeu, afirma que “os regimes burocráticos no poder, naquela parte do mundo, não só estão separados da classe operária, como estão profundamente opostos a ela, no mesmo sentido em que a burguesia está oposta à classe operária nos países capitalistas”. É esta relação de oposição, apresentada por ambos autores, que os defensores da autogestão se propõem a superar, dialeticamente, ao promover a emancipação operária dentro do próprio contexto socialista.

Economicamente, os modelos socialistas da URSS e do Leste Europeu, então dispostos sob a chamada “Cortina de Ferro”, foram caracterizados por uma centralidade absoluta, inclusive nos modelos administrativos das empresas – o que incluía os órgãos de imprensa e a mídia de forma geral. Tal centralização se deu às custas de restrições a liberdades individuais e repressões violentas da dissidência. O estabelecimento de uma estrutura burocrática monolítica entre Partido e Estado levaria, nos anos 1970, a um fenômeno de estagnação.

Desde o início, as correntes autogeridas, contra a previsão weberiana de que a abolição do regime de capital privado levaria inevitavelmente à burocratização, procuraram desenvolver um modelo em que a propriedade capitalista sobre os meios de produção, a exploração e a mais-valia fossem extintas ao mesmo tempo em que se garantisse a autonomia operária frente às estruturas de poder, mesmo as revolucionárias – o Estado e o Partido.

2.3. O Socialismo Autogerido Iugoslavo

Queiroz (1982) traça o percurso da proposta autogerida especificamente no campo socialista (em distinção marcada da autogestão anarquista, de outra natureza que aqui não cabe abordar) como esta reação antiburocrática e pró-autonomista, nascida no contexto das libertações nacionais durante e imediatamente após a Segunda Guerra Mundial – primeiro da ocupação nazi-fascista, e em seguida da submissão colonial. Foi naquele cenário que se destacou a Iugoslávia, seguindo um caminho desviado daquele trilhado por seus vizinhos do Leste Europeu e apresentando sua experiência como exequível e adequada para as nações em descolonização da África, sul da Ásia e Caribe.

O modelo burocrático soviético foi seguido por todos os demais países socialistas, com maior expressão naqueles que foram liberados do nazi-fascismo pelas tropas do Exército Vermelho, no final da II Guerra. Mesmo na Ásia, a direção burocrática preponderou, ainda que na China tenha sido aberta a luta contra a dominação dos funcionários do Partido (...). Nesse quadro de dominação burocrática, a Iugoslávia oferece algo que difere e que tem atraído a atenção de todos os que analisam o atual quadro político do mundo. (...) Formada dos escombros da II Guerra, a Iugoslávia foi capaz de sobreviver às pressões do stalinismo e, hoje, tem aperfeiçoada a experiência que desenvolve e que pode servir de subsídio para o desenvolvimento socio-político de outras nações.³⁵

A Iugoslávia começou a implantar a autogestão já em 1948, a partir do rompimento com a URSS stalinista. No entanto, a rigor, pode-se considerar que o processo de horizontalização das decisões socio-políticas teve suas origens ainda antes, em 1943, com a ascensão da resistência ao nazi-fascismo. O próprio processo de libertação iugoslava, se cabe a metáfora, foi “autogestionário”, na medida em que a organização guerrilheira dos *partizans* se deu com ampla autonomia de ação, ainda que obedecendo a uma orientação tático-estratégica geral. Diferentemente de outros países do Leste Europeu, a libertação da Iugoslávia foi feita não com a intervenção do Exército Vermelho (soviético), mas de dentro para fora, com a ação de civis que pegaram em armas e expulsaram à força os invasores nazistas no norte e fascistas ao sul, aliados a colaboradores locais (especialmente da Albânia e da Croácia). A liderança do croata Josip Broz Tito, do esloveno Edvard Kardelj e do montenegrino Milovan Đilas³⁶ impulsionou estes combatentes em direção à adoção do socialismo. Por isso, na Iugoslávia não houve os golpes partidário-palacianos que levaram os comunistas ao poder na Tchecoslováquia, na Romênia e na Hungria, entre outros, mas uma autêntica revolução (seguida de uma breve guerra civil contra os reacionários monarquistas) que implantou o socialismo de baixo para cima, de base popular e enraizamento comunitário³⁷.

Assim, quando a partilha da Europa foi decidida nas conferências de Teerã e Ialta, no final da Segunda Guerra, a inclusão da Iugoslávia sob a órbita de influência soviética ficou incongruente com a situação revolucionária vivida no país. É por isso que, embora Tito fosse considerado então um “aluno exemplar” do marxismo-leninismo (naquela época, aos olhos vulgares, sinônimo perfeito de stalinismo), Stalin se

³⁵ QUEIROZ, Bertino Nóbrega de. *A Autogestão Iugoslava*. São Paulo: Brasiliense, 1982. pp.15-16

³⁶ Acusado de ser stalinista, Đilas rompeu com Tito e foi preso duas vezes – mas, em vez de executado ou exilado, como era o procedimento praxe aos dissidentes na URSS, ele pôde não só escrever suas idéias, como teve seus livros publicados editorialmente.

³⁷ A revolução foi consolidada em 1945, com a fundação da República Popular Federativa da Iugoslávia, em 1963 renomeada como República Federativa Socialista da Iugoslávia (SFRJ, na sigla original), a partir de um processo democrático que incluiu a aprovação de uma Constituição por uma assembléia eleita por voto direto em pleito multipartidário boicotado pelos partidos de representação burguesa.

incomoda de imediato com a autonomia político-econômica e militar iugoslava e tenta destarte “cortar as asas” dos comunistas naquele país. O processo coordenado leva à expulsão de Tito e do PC Iugoslavo do Kominform em 1948.

O conceito iugoslavo de autogestão foi desenvolvido pelo grupo de intelectuais do Partido iugoslavo liderado por Kardelj, colaborador direto de Tito e tido como o segundo na linha de comando do regime.

Em 1952, o Partido Comunista da Iugoslávia foi rebatizado como Liga dos Comunistas da Iugoslávia (LCI ou, na sigla original, SKJ, de *Savez Komunist Jugoslavije*), e reorganizado sob a forma de uma confederação dos partidos das repúblicas iugoslavas – que, constitucionalmente, eram livremente federadas e tinham o direito de sair da federação sempre que quisessem. A própria mudança de nome do Partido não é apenas simbólica, mas reflete esta mudança de paradigmas: o papel do partido deve ser não o de monopólio do poder nem o aparelhamento do Estado, mas o de liderança hegemônica na sociedade.

Saber se o partido comunista representa bem a classe operária é formal e revela uma compreensão liberal da revolução, da qual é excluída a ditadura do proletariado. Por um lado, o partido revolucionário não tem de representar a classe operária mas sim os seus interesses históricos e gerais, sendo a sua encarnação; por outro lado, a legitimidade do poder do partido é o facto de ser seguido pelas massas proletárias e semiproletárias na luta, seja ela militar ou económica. Com efeito, o partido no poder não pode gerir as forças produtivas fora da experiência das massas, tal como o aventureirismo económico estalinista amplamente o demonstrou.³⁸ (grifo meu)

Os princípios do socialismo autogestionário ou “titoísmo” como ideologia foram sintetizados no Programa de Ljubljana, de 1958 (ou *Program Saveza Komunist Jugoslavije*), que afirmava, entre tantos outros pontos: “o socialismo é um sistema social baseado na socialização dos meios de produção, em que a produção social é dirigida pelos produtores diretos associados”; e que “o desenvolvimento, mesmo sob o socialismo, deve proceder através da superação de conflitos socioeconômicos endógenos (contradições)”³⁹.

Além disso, houve um franco incentivo à convivência multiétnica e à constituição de uma identidade nacional multicultural, sintetizada no *slogan* “fraternidade e unidade” (*bratstvo i jedinstvo*). Como seria inviável constituir o sistema de trabalho associado (baseado em debates, diálogos, integração) em um ambiente de

³⁸ DALLEMAGNE, Jean-Luc. op.cit., pág.155

³⁹ Parece óbvia e simplória no contexto atual, mas nos anos 1950, com a visão coletivista-estatista do bloco soviético ortodoxo, tal asserção era um contraponto até libertário. É preciso lembrar que Tito permaneceu até o fim de seus dias com um vizinho stalinista ferrenho (mesmo após 1956) que constituía um anti-modelo: a Albânia de Enver Hoxha.

segregação etno-lingüística, os nacionalismos foram contidos e deu-se ênfase à ideologia e à cooperação como fatores de unidade nacional. Também foram instituídas políticas de cotas étnicas tanto nas empresas quanto no sistema educacional, em um exemplo precoce de ação afirmativa.

O passo decisivo, no entanto, foi dado no campo teórico-metodológico: como construir um tipo de socialismo que fosse, ao mesmo tempo, oposto ao modelo stalinista e genuinamente marxista?

Para atender esta demanda, os iugoslavos foram direto à fonte: buscaram em Marx as bases do que seria uma organização da produção socialista. Encontraram nos escritos de Marx sobre a Comuna de Paris (1871), especialmente *A Guerra Civil na França*, a essência do que corresponderia às suas aspirações: a de que o socialismo deve ser fundamentado na “livre associação dos produtores diretos”.

Com isto, partiram da convicção de que nem toda propriedade privada é capitalista, mas somente aquela baseada em mais-valia, ou seja, resultante da exploração do homem pelo homem e da dominação de classes. A pequena propriedade rural, o comércio familiar e a micro-empresa seriam estruturas privadas de produção mas não capitalistas, sem explorar o trabalho proletário nem alienar o trabalhador dos meios de produção.

Para os titoístas, a autogestão se propõe uma alternativa pragmática não ao socialismo, mas à ditadura do proletariado – que se teria degenerado em burocracia partidária como dominação de classe.

Contra isto, os comunistas iugoslavos começaram a construir um país mais produtivo, dinâmico e apto a se adaptar às demandas produtivas e sociais. Em lugar de monopólios estatais em que fábricas colossais eram dirigidas por burocratas nomeados pelo partido, os trabalhadores se organizavam em empresas menores, comunitárias, com decisões tomadas em assembléias e sem interferência externa. Havia concorrência. Havia repartição de lucros. Havia criatividade e diferenciação. Tudo isso concorreu para uma alta produtividade, comparativamente maior do que em vários países da Cortina de Ferro. Disto nasceu um regime com relativas liberdades sociais (em comparação com o resto do mundo socialista): de iniciativa, de viajar, de escolher profissão, de expressão (parcialmente) e inclusive sexual.

A conclusão geral que estava no cerne desta política era a de que a relação dialética entre a autonomia dos trabalhadores e as demandas sociais é um conflito cuja resolução pressupõe “a aplicação do princípio de autogestão em todos os níveis do sistema social e político” – o que incluía a comunicação.

Após a consolidação das diretrizes kardeljanas, a escola iugoslava de pensamento sobre o socialismo autogestionário se situou ao redor da chamada Escola da Práxis, grupo de intelectuais reunidos na ilha de Korčula, no Mar Adriático, próxima à cidade de Dubrovnik (na república da Croácia), cujas idéias eram disseminadas pela publicação da revista *Praksis* e de *Questões Atuais do Socialismo* (NASCIMENTO, s/d; 3). A Escola da Práxis promovia cursos de verão com convidados internacionais (idem).

O 1º Congresso de Autogestores [conselhos operários] da Iugoslávia ocorreu em junho de 1957, em Belgrado. O 2º Congresso da Autogestão Iugoslava ocorreu entre 5 e 8 de maio de 1971, em Sarajevo. Participaram 2.214 delegados da Iugoslávia e 150 convidados estrangeiros (sindicalistas, educadores etc.) de cerca 50 países além de 91 jornalistas estrangeiros.⁴⁰

Além deste, outros pólos de pensamento distribuídos pelo território iugoslavo onde operavam estes intelectuais se situavam em Dubrovnik e Belgrado, capital do país. Lá, especificamente, grande parte das idéias era gestada no seio da Faculdade de Ciências Políticas da Universidade de Belgrado, onde também até hoje se ensina e pesquisa jornalismo.

2.4. Mídia e Socialismo

Não por acaso, a proposta do marxismo-leninismo para as políticas públicas de comunicação é radicalmente distinta das que vigoram nos regimes capitalistas, pois parte de pressupostos antiprivatistas, antimercantilistas e defende um papel doutrinário *a priori* para a mídia (KUNCZIK, 2002; 116-117). A esfera do mundo onde foram levadas a cabo experiências socialistas – particularmente o Leste Europeu, onde o modelo stalinista encontrou seu refúgio mais duradouro – conheceu e praticou este tipo de concepção de liberdade de imprensa em suas políticas públicas de comunicação.

O jornalismo soviético tem a tarefa de interpretar e transmitir os fatos no contexto social, ou seja, apresentar as leis objetivas do desenvolvimento social, independentemente da vontade popular (materialismo histórico). Noutras palavras, o jornalista deve reconhecer as situações históricas, lutar pelo processo revolucionário e, mais tarde, defender a sociedade remodelada.⁴¹

Sparks (1998) descreve a situação da mídia sob os regimes socialistas europeus como uma “relação simbiótica” entre os detentores do poder político e os proprietários da mídia, ao contrário das sociedades democráticas, onde haveria um “distanciamento salutar”.

⁴⁰ NASCIMENTO, Cláudio. op.cit., s/d., pág.3.

⁴¹ KUNCZIK, Michael. op.cit., pág.118

A comunicação de massa nas sociedades totalitárias operava sob regras diferentes daquelas nas democracias burguesas. Isto não significa que a popular imagem do telefone tocando constantemente na mesa do editor era necessariamente um retrato correto da realidade mundana da subordinação. A questão é mais que as elites eram diferentes. Sua articulação com os poderosos era diferente e suas funções sociais eram diferentes.⁴²

Em um quadro-síntese (Quadro IX), Sparks mapeia as relações entre a mídia, as classes detentoras do poder, o público e os demais aparelhos privados de hegemonia, contrastando a realidade dos países do socialismo de modelo soviético (que classifica genericamente de “totalitários”) com as democracias liberais capitalistas – particularmente, embora não o explicita, as de capitalismo avançado.

A análise de Sparks é não apenas limitada ao modelo socialista de tipo soviético, ignorando a configuração iugoslava, como no contexto das democracias burguesas coloca os proprietários de empresas de mídia como “guardando distância” de organizações político-partidárias – o que, definitivamente, não é o caso do Brasil e muitos outros países. Fica claro, neste caso, que a análise do autor se restringe à realidade dos países capitalistas desenvolvidos e, portanto, verifica-se que a tais categorias seria necessário acrescentar uma terceira, relativa aos países em desenvolvimento.

Quadro IX. Poder, mídia e público em sociedades comunistas-totalitárias e democrático-burguesas		
	Comunismo	Democracia burguesa
Elites políticas e econômicas	fundidas em uma só	separadas e independentes
Mídia	politicamente subordinada	economicamente subordinada
Posição social do público	politicamente e economicamente subordinadas	politicamente livre, economicamente subordinada
Organizações sociais	politicamente controladas	politicamente independentes
fonte: reproduzido de Sparks, 1998, op.cit., p.36		

Este modelo se contrapõe àquilo que é identificado como a imprensa do capital que, na interpretação marxista, não está a serviço da informação pública, mas da defesa dos interesses de classe, em que a objetividade é tomada como uma meta hipócrita (KUNCZIK, 117) e a liberdade de imprensa é denunciada como privilégio, tal como o faz Lenin (1973; 186): “A ‘liberdade de imprensa’ na sociedade burguesa consiste na liberdade que os ricos têm de enganar, corromper, ludibriar com milhões de exemplares as massas exploradas e oprimidas do povo, os pobres, de um modo sistemático, contínuo e cotidiano”.

Como contraposição, Lenin defendia o monopólio estatal sobre a veiculação da publicidade privada, o que garantiria uma liberdade de imprensa de fato, em que “todas as opiniões de todos os cidadãos possam fazer-se públicas livremente” (1973; 187).

⁴² SPARKS, Colin. op.cit., pp.37-38

Mais tarde, em “O que fazer?”, ele diferencia a imprensa do Partido daquela de expressão da oposição (Downing, 2000; 39), embora reconhecendo o direito à existência desta última.

Esta opinião, porém, não era compartilhada nem mesmo por toda a liderança revolucionária bolchevique, como fica claro nas palavras de Bukharin (apud KUNCZIK, 2002; 120):

O partido dos comunistas não exige nenhuma liberdade (de palavra, de imprensa, de assembleia, de associação) para os inimigos burgueses do povo. Exige um estado de alerta permanente para suprimir a imprensa burguesa, interromper as reuniões dos inimigos do povo e proibir sua mentira, calúnia e promoção do pânico.⁴³

Kunczik (citando RÉVÉSZ, 1974; 13-ss) observa que todas as constituições de regimes socialistas do Leste Europeu contêm disposições assegurando a liberdade de imprensa, porém entendida e regulamentada de acordo com a doutrina leninista. No caso da Alemanha Oriental, por exemplo, isto significava “não tolerar nenhum mau uso dos meios de comunicação para a difusão de ideologias burguesas” (KUNCZIK, 2002; 122). Ou, “em outras palavras, a imprensa publica unicamente o que serve à sua própria causa. O oponente político não pode expressar nenhuma opinião” (idem; 125).

No entanto, Kunczik (2002; 115) enfatiza que a posição leninista sobre a liberdade de imprensa era inconciliável com a de Marx e de Engels, que atribuíam ao jornal não só a função social de expressão das demandas populares (e proletárias), como também a de crítica intra-sistêmica ao próprio Estado e ao Partido.

É esta visão que se aproximava mais da política de comunicação iugoslava, que se propunha entender o ofício de imprensa não como uma atividade econômica ou comercial como outra qualquer, mas sim uma área de atuação com papel eminentemente político, embora não se deva confundi-la com propaganda. É sintomático disto o fato de que, nas universidades do Leste Europeu, incluindo a antiga Iugoslávia, ainda hoje os cursos de jornalismo sejam abrigados nas faculdades de Ciências Políticas e Sociais, geralmente não havendo faculdades específicas de Comunicação (assim é nas universidades de Belgrado, Zagreb e Ljubljana, entre outras).

2.5. Autogestão e Práxis Jornalística

Tais particularidades podem ser constatadas em estudo encomendado e dirigido pelo Instituto Iugoslavo de Jornalismo e redigido por Leković e Bjelica em 1977, como parte de uma coleção sobre políticas públicas de comunicação e sistemas de informação

⁴³ KUNCZIK, M. op.cit., pág.120

coordenada pela UNESCO. A série tinha o objetivo de permitir uma comparação entre vários países, começando com cinco europeus: Hungria, Irlanda, Suécia, Alemanha Ocidental e Iugoslávia. Na América Latina, havia pesquisas no Brasil, na Colômbia, na Costa Rica, no Peru e uma em curso na Venezuela, que seriam seguidas de estudos sobre as políticas praticadas em países da Ásia. Durante décadas, a coleção foi referência singular no estudo comparativo de políticas de comunicação, permitindo identificar aspectos críticos principalmente na realidade dos países em desenvolvimento.

Com os anos do “estatismo revolucionário” no imediato pós-guerra (1945-1948), toda a imprensa/mídia iugoslava ficou sob o controle direto do Estado e dos órgãos do Partido. Em seguida, Levković e Bjelica (1977; 24) explicam que, “com a introdução da autogestão (1950) e a transformação da propriedade estatal em propriedade social, começou uma descentralização de todo o regime e uma transição para o sistema de autogestão social dos trabalhadores em todos os domínios”, e “por consequência dos meios de comunicação social”⁴⁴.

Já nos termos da Constituição de 1974, princípios fundamentais VII, a República Socialista Federativa da Iugoslávia era definida como uma “comunidade socialista de povos que preconizam a cooperação política, econômica, científica e cultural maior possível com os outros povos e Estados”, considerando que “esta cooperação deve contribuir para criar formas democráticas de integração dos Estados, nações e povos, que correspondem aos interesses das nações e ao progresso social. Ela é, deste ponto de vista, uma comunidade aberta”. (LEKOVIĆ & BJELICA, 1977; 38)

A Constituição insiste igualmente sobre a necessidade de efetuar os maiores intercâmbios possíveis de bens materiais e intelectuais e preconiza o intercâmbio internacional de informações. A Iugoslávia aplica este princípio em suas relações bilaterais com todos os países estrangeiros e em suas atividades no âmbito da Organização das Nações Unidas bem como em outros organismos internacionais. O princípio de coexistência pacífica e ativa entre países, quaisquer sejam seus regimes sociais, ao qual a Iugoslávia adere plenamente, é a base de uma cooperação internacional que rejeita a ideologia da força, da desigualdade, a divisão em blocos e todas as formas de exclusão ou de submissão dos outros povos.⁴⁵ (grifo meu)

No contexto específico da comunicação, o modelo autogestionário se fazia presente por uma série de mecanismos e dispositivos ao longo da produção da informação. Tome-se aqui como exemplo primordial a práxis jornalística, mais especificamente aquela própria da rotina de produção de uma agência de notícias, que se caracteriza pelo centralismo e linearidade mais acentuados que em veículos de mídia.

⁴⁴ A literatura iugoslava, habitualmente, utiliza a terminologia “informação pública” para se referir àquilo que costumamos designar como “comunicação social”.

⁴⁵ LEKOVIĆ & BJELICA, op.cit., pág.38

A prática jornalística tanto nas sociedades capitalistas democráticas quanto nas experiências socialistas é marcada por uma forte hierarquização, em estrutura piramidal (base subalterna maior e número de reduzido de chefias cada vez menor até o topo) e submetida à lógica da produção industrial: cada produto de comunicação é tratado como mercadoria; o trabalho é especializado e alienado, e os jornalistas não têm propriedade sobre os meios de produção, tampouco controle sobre o produto final.

Para os iugoslavos, a autogestão nas empresas de comunicação significava não exatamente a descentralização absoluta dos processos, mas a participação direta dos jornalistas e técnicos nas decisões (editoriais, econômicas, políticas) tomadas dentro da organização. Segundo Dragosavac⁴⁶, não havia jornal sem editor, nem votação para cada retransmissão a ser publicada, mas sim um ambiente de construção coletiva e liberdade de crítica sobre questões relativas ao processo de produção.

A explicação basilar para o papel da informação na sociedade autogestionária é a de que esta não trata só de “satisfazer curiosidades culturais e políticas”, mas de atender à demanda para aperfeiçoar o processo cotidiano de tomada de decisões, que na autogestão é feito coletivamente e permanentemente e, portanto, exige esclarecimento e atualização constante para melhor adequá-lo às necessidades da sociedade. A opinião pública, nesse tipo de sociedade, é elemento constitutivo central do regime sociopolítico.

Como visto, o Partido iugoslavo (SKJ) exercia um papel de hegemonia no regime titoísta, não de monopólio do poder. O Estado iugoslavo de 1948 a 1980 não era aparelhado pelo Partido, o que marca uma diferença crucial nos regimes de orientação stalinista no Leste Europeu de 1945-1956 (e, na Albânia, até 1991). Certamente esse aspecto é importante para entender o desenvolvimento das empresas de comunicação com relativa autonomia e diferença de projeto de uma agência nacional de notícias em relação às demais de países socialistas – ou seja, não um órgão do Partido para o exterior (como a TASS soviética e a Xinhua chinesa), mas antes uma agência de “input informativo”, do mundo para a Iugoslávia.

Na Iugoslávia, a autogestão também era aplicada na prática à comunicação, beneficiada por um conjunto de fatores, entre os quais se destacam:

- a importância estratégica dada à comunicação pelo regime titoísta, desde a luta antifascista dos *partizans*
- o caráter distensivo do socialismo autogestionário, que conferia grau de liberdade de imprensa muito mais alto que o dos países do bloco soviético

⁴⁶ Nebojša Dragosavac. Entrevista ao autor, pessoalmente, dezembro/2008.

- a política do não-alinhamento, que beneficiava a circulação de informações e mercadorias em ambos os espaços antagônicos da Guerra Fria

2.6. Tanjug – uma agência não-linear

A comunicação teve papel central dentro das políticas do SKJ desde o tempo da guerra de libertação contra os invasores nazi-fascistas (1941-1945). Na época, como o país estava invadido e retalhado pelas potências do Eixo, a campanha de resistência contra os nazi-fascistas era conduzida tanto nas frentes dos *tchetniks* quanto dos *partizans*. Naquele momento, ambos os lados buscavam apoio externo para suas campanhas de guerrilha contra os invasores, ao mesmo tempo em que se combatiam mutuamente. Era uma guerra, portanto, em que cada lado enfrentava dois inimigos. E, como parte estratégica de qualquer conflito, estava a disseminação de informações. Os *partizans* perceberam precocemente a importância disto para a luta e buscaram um método de informar ao exterior sobre seus avanços, apelando tanto para o auxílio dos Aliados euro-atlânticos quanto para os históricos amigos russos (também eslavos). Dentro dessa tática, decidiram fundar uma agência de notícias para veicular suas informações de guerra.

Foi ainda durante a guerra que a direção da AVNOJ determinou a criação de uma agência de notícias que pudesse divulgar aos aliados os avanços da luta contra os invasores. A estratégia era demonstrar sucesso e apelar para ajuda dos aliados. Nasceria assim, em 5 de novembro de 1943 na cidade de Jajce, a *Telegrafska Agencija Nove Jugoslavije* (Agência Telegráfica da Nova Iugoslávia), ou Tanjug.

O principal articulador da Tanjug foi Moša Pijade, um *partizan* e comunista histórico sérvio de ascendência judaica. Antes de jornalista, Pijade era também um dos “intelectuais orgânicos” da esquerda iugoslava sob a monarquia. Foi nada menos que o tradutor de *O Capital* para o servo-croata e considerado mentor ideológico de Tito. Sua atividade dentro da “velha guarda” titoísta incluía o gerenciamento da *agitprop*, antes e durante a invasão nazi-fascista⁴⁷.

A agência substituiu a agência de notícias nacional da era monárquica, a Avala, e espalhou uma rede de correspondentes por todas as partes do mundo, inclusive no Brasil. Foram contemplados não só os centros do poder capitalista ocidental, mas também cidades e países do Terceiro Mundo (na época, em processo de descolonização).

A agência Tanjug, que não era no início mais do que um pequeno organismo de informação mediocrementemente equipado, se tornou um estabelecimento que, se for considerada a quantidade de informações

⁴⁷ Pijade foi ainda um dos mentores das Ordenações de Foča, que dispunham sobre a organização de “comitês de libertação anti-fascista” em comunidades e vilarejos por toda a Iugoslávia ocupada.

que recebe e difunde, tem um lugar importante entre as agências de notícias do mundo. De suas fontes de informações locais e estrangeiras, a Tanjug recebeu em 1975 uma média de 800.000 palavras por dia, o equivalente a um livro de 2.600 páginas. A agência dispõe de escritórios em todas as outras repúblicas e províncias. Sua equipe de redação compreende 250 jornalistas, dos quais 40 correspondentes permanentes no exterior.⁴⁸

Com o fim da guerra e o estabelecimento do socialismo na Iugoslávia, a agência foi organizada como braço de propaganda do Partido. No entanto, o rompimento com a URSS, em 1948, e o início do chamado “Período Informbiro” levaram à denúncia do stalinismo e à rejeição do estatismo, o que se refletiu na reorganização administrativa e funcional da Tanjug.

A partir da implantação da Lei do Trabalho Associado (1976), a Tanjug passou a ser oficialmente tratada como uma OOUR – sigla para *osnovna organizacija udruženog rada*, ou “organização de base de trabalho associado”, uma unidade produtiva autogestionária mínima. O próprio filho de Edvard Kardelj, Aleš, chegou a trabalhar na Tanjug como editor para Eslovênia, no final dos anos 1970 e início dos anos 1980 – justamente a época do *pool*.

A Tanjug teve uma longa e ativa história de cooperações com agências em âmbitos locais, regionais e globais desde sua fundação. Fisicamente, estes acordos eram geralmente materializados sob a forma da implantação de um aparelho Telex/teleprinter da Tanjug nas redações das agências parceiras, bem como a cessão do serviço de envio telegráfico na sede da Tanjug para os correspondentes das mesmas na Iugoslávia. Desta forma, as agências passavam a receber – ou gratuitamente ou a preço simbólico – o serviço da Tanjug, e seus jornalistas tinham acesso à infraestrutura de telecomunicações da agência iugoslava para enviar seus despachos.

Era de praxe em tais acordos de cooperação e intercâmbio a inclusão de uma cláusula de integridade do noticiário, em que ambas as agências se comprometem a “não alterar fatos, conteúdo e a essência das notícias como transmitidas pela parte contratante” (texto final do acordo de 1984 DPA/Tanjug). Tal cláusula poderia ser facilmente burlada por meio de operações discursivas na práxis jornalística, como a justaposição de afirmações contraditórias. Após a implantação do *pool*, essas parcerias (acordos de intercâmbio) foram particularmente relevantes para “escoar” a produção das agências de países em desenvolvimento, abrindo novos canais para seus despachos que, de outra forma, não chegariam à imprensa dos países ocidentais. Assim, a Tanjug

⁴⁸ LEKOVIĆ & BJELICA, op.cit., pp.24-25

funcionou primeiramente como um canal intermediário na estrutura de circulação destas informações.

Tão importante era a colaboração estrangeira que a empresa criou um setor específico para cuidar dos contatos com as demais agências. O departamento já se chamou *Međuagencijska Saradnja* (cooperação interagências) em 1978, *Međunarodni Odnosi* (relações internacionais) em 1983 e, atualmente, *Međunarodna Saradnja* (cooperação internacional). Seria este o setor responsável por lidar diretamente com as demais participantes do *pool* não-alinhado.

Pelo menos dois estudos distintos (STAAB, 1990; SPLICHAL et al, 1980) constataram que os critérios para seleção das notícias na Tanjug se davam de forma não-linear e distinta daqueles usados pela mídia corporativa em suas coberturas (como identificados por GALTUNG & RUGE, 1965) – como será explicado no Capítulo III.

CAPÍTULO III

NANAP: FACE PRAGMÁTICA DA NOMIC

A luta por uma Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC) mobilizou, nos anos 1970 e início dos 1980, uma parcela significativa da pesquisa crítica em comunicação, bem como jornalistas, técnicos e outros profissionais do campo, particularmente entre os países em desenvolvimento. Desde então, a maioria dos estudos e análises produzidos sobre o tema centrou-se no aspecto parlatório da luta: os debates, discursos, conferências internacionais e outros eventos em que se discutia o problema. Pouco se falou, entretanto, nas políticas práticas levadas a cabo para materializar a NOMIC em práxis comunicacional. Embora tenham sido em número limitado, elas existiram. E sua importância para o contexto atual, engendrado pela disseminação ainda em processo das novas tecnologias (e todas as tentativas de interpretá-la e ressignificá-la), reside nas conquistas obtidas num cenário intensamente desfavorável em termos políticos, econômicos, tecnológicos e culturais: a Guerra Fria.

A idéia da NOMIC nasceu no seio do Movimento dos Países Não-Alinhados (NAM, em inglês), derivada da demanda por uma Nova Ordem Econômica Internacional (NOEI). Cedo se notou que a ordem informativa era indissociável da infraestrutura econômica (Conferências de Argel, 1973, e Colombo, 1976), e aquela suplantou esta em atenção pública e prioridade nas políticas dos países-membros do Movimento, liderado por Iugoslávia, Índia, Indonésia e Egito. Depois que os não-alinhados obtiveram consenso e lançaram um chamado global pela NOMIC, o debate foi gradualmente sendo introduzido no âmbito das Nações Unidas, particularmente da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), que encarregou uma comissão internacional de estudar os problemas da comunicação mundial e apresentar soluções – que passaria à história com o nome de seu presidente, o irlandês Seán MacBride.

Paralelamente às discussões, organizou-se dentro do NAM uma iniciativa prática para construir vias alternativas para os fluxos internacionais de informação – o que Boyd-Barrett e Thussu (1992) denominam “contra-fluxos”. Sob sugestão de alguns jornalistas e funcionários governamentais empenhados em convencer seus governos a se engajarem na campanha (particularmente na Iugoslávia, na Índia e na Tunísia), os não-alinhados decidiram pela criação de um sistema permanente de cooperação entre as agências nacionais de notícias – na maior parte dos casos, estatais – dos países-membros do Movimento, de forma que o trabalho conjunto não se limitasse aos convênios bilaterais, mas fosse uma alternativa pragmática para ampliar o fluxo de informação entre as nações subdesenvolvidas. Assim, em janeiro de 1975 foi estabelecido o *Pool* das Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados (NANAP), com o objetivo de promover a troca de notícias entre os membros, a capacitação das agências menores e a luta política organizada por maior equilíbrio na comunicação internacional.

É da história, da operação, das particularidades, das inovações geradas, das dificuldades enfrentadas e das lições deixadas pelo NANAP que trata este capítulo.

3.1. Dificuldades com acesso a fontes

As fontes bibliográficas disponíveis para reconstituir o histórico do *pool* não-alinhado são escassas e estão todas em língua estrangeira. A produção acadêmica sobre o tema se concentrou nos anos iniciais de operação da iniciativa, razão pela qual muitos dos artigos produzidos não se encontram disponíveis em formato digitalizado – e, como foi possível verificar nas bibliotecas visitadas, muitas vezes nem impresso. A principal referência primária é um volume de documentação que o próprio Comitê Coordenador do NANAP publicou como livro em 1983, reunindo o estatuto, atas das conferências e relatórios apresentados pelas agências participantes, além de documentos das reuniões em que foi lançado o chamado à NOMIC, de órgãos da ONU e da Comissão MacBride.

Os demais títulos foram, na maioria, estudos individuais editados em livro. O inglês Oliver Boyd-Barrett, então da Universidade Aberta britânica e atualmente professor da Universidade Estadual de Bowling Green (Ohio, EUA), dedicou um capítulo expressivo e algumas menções ao *pool* em seu “*The International News Agencies*” (1980), até hoje obra de referência em estudos sobre agências de notícias. A chilena Raquel Salinas Bascur, então pesquisadora associada ao Instituto Latino-Americano de Estudos Transdisciplinares (ILET), de Juan Somavía e Fernando Reyes Matta, acompanhou o desenvolvimento do NANAP desde o princípio, consolidando o trabalho em um capítulo detalhado no livro “*Agencias Transnacionales de Información y el Tercer Mundo*” (1984). Finalmente, Miroljub Radojković, hoje professor de

jornalismo na Universidade de Belgrado, e na ocasião pesquisador sobre o NANAP, esteve nas conferências não-alinhadas na Índia e no Sri Lanka, bem como nas reuniões do Comitê Coordenador, e incluiu um resumo da trajetória do *pool* em seu “*Međunarodno Komuniciranje*” (“Comunicação Internacional”, 1987).

A falta de fontes bibliográficas e documentais intermediáveis (por exemplo, digitalizadas) exigiu deslocamento físico até o local onde as poucas documentações restantes estão armazenadas. Capital da antiga Iugoslávia e atualmente da Sérvia, a cidade de Belgrado abriga as instituições que mantiveram ou herdaram os principais registros das atividades do NANAP, como a própria agência Tanjug e a Biblioteca Nacional da Sérvia. As bibliotecas das faculdades de comunicação das universidades de Belgrado e de Ljubljana também foram úteis, fornecendo cópias de livros raros e esgotados. Consultas a estas fontes documentais e entrevistas com jornalistas, pesquisadores e gestores de políticas de comunicação da época foram realizadas durante a viagem.

Na Tanjug, que liderou grande parte das atividades do *pool*, os documentos produzidos durante as operações do NANAP foram descartados ou destruídos após a dissolução da Iugoslávia e o processo de encolhimento da agência nos anos 1990. Os fragmentos que restaram estão mantidos em cerca de 20 fichários acolhidos em um armário no escritório do diretor de Cooperação Internacional (em 2009, posto ocupado por Igor Radojčić). São minutas de acordos de cooperação, faxes e correspondências trocadas entre diretores de agências de notícias, relatórios técnicos de uso de bandas de telégrafo, íntegras de atas de reuniões, folhas de pagamento de correspondentes e relatórios de atividades diversos – a maior parte redigida em língua servo-croata, mas também alguns em inglês, francês, espanhol, romeno e árabe. Muito pouco há sobre os custos, os valores envolvidos e o que exatamente das atividades previstas nos acordos foi realizado de fato. Em uma série de visitas ao longo de três meses (dezembro/2008 a março/2009), foram literalmente desencavadas peças de alto valor documental que haviam passado as últimas três décadas soterradas sob pilhas de papéis e entulho, totalmente díspares e sem qualquer ordenamento cronológico ou temático imediato. O exame destes documentos será detalhado nas referências ao longo do texto.

Para informações que não constavam das fontes documentais, foi necessário recorrer à memória oral: Bogdan Osolnik, representante iugoslavo na Comissão MacBride (1977-1980), Nebojša Dragosavac – jornalista aposentado da Tanjug e editor para a Sérvia no período do *pool* – e o próprio Radojković concederam entrevistas pessoais ao autor. Osolnik também dedica breves referências ao NANAP em seu “*El Nuevo Orden Internacional de la Información y los Medios de Difusión*”, versão em espanhol do relatório produzido por ele à parte do documento final da Comissão

MacBride⁴⁹ e publicado em livro no mesmo ano, antes da conferência. Mas, dado o longo tempo decorrido desde a iniciativa, poucas são as fontes de memória oral que restam. Todos os diretores da Tanjug do período analisado já faleceram. Dos 16 membros da Comissão, somente metade (Osolnik, Gabriel García Márquez, Juan Somavía, Mustapha Masmoudi, Jan Pronk, George Verghese, Serguei Lossiev e Elebe MaEkonzo) continua viva. A representante canadense, Betty Zimmermann – que substituíra Marshall McLuhan, então debilitado –, faleceu no dia 26 de janeiro de 2009.

3.2. Demandas e razões para a cooperação entre agências

A literatura sobre as desigualdades na cobertura jornalística entre os países subdesenvolvidos e os países ricos, freqüentemente responsabilizando as agências transnacionais de notícias por este processo, foi extensamente produzida entre as décadas de 1970 e 1980. A partir de meados dos anos 1990, sai gradualmente do interesse das pesquisas acadêmicas (tanto no universo europeu e norte-americano quanto latino-americano e asiático) e retorna apenas regularmente em efemérides como os aniversários quinquenais do Relatório MacBride⁵⁰.

Diferentes métodos de quantificação e categorização destas assimetrias foram propostos, bem como interpretações distintas quanto às suas causas – ainda que, em grande parte, mantivessem a culpabilização das agências como denominador comum.

Nas pesquisas de comunicação internacional com cunho crítico, as agências de notícias eram tratadas como poderosas construtoras de discursos e imagens, detendo influência política em escala global, bem como a sutil e orgânica capacidade de moldar identidades nacionais, tanto para o público externo quanto para as próprias sociedades retratadas. As chamadas “Quatro Grandes” (AP e UPI norte-americanas, AFP francesa e Reuters britânica) eram denunciadas por causa da imensa concentração que detinham sobre os fluxos internacionais de informação (em números que variavam de dois terços a mais de 90%, dependendo da medição e da metodologia empregada) e chegaram mesmo a ser demonizadas pelos discursos dos proponentes da NOMIC. Boyd-Barrett (1980) lista quatro exemplos da época:

- (1) Uma análise da cobertura de três crises internacionais nos anos 1960 por quatro jornais noruegueses⁵¹ demonstrou que 87% das matérias examinadas provinham das mesmas quatro agências.
- (2) Análise de conteúdo dos principais jornais em cinco países (Índia, Quênia, Líbano, Japão e Noruega) em períodos mensais de 1961 e

⁴⁹ Os comentários dos demais membros da Comissão foram incluídos no anexo do Relatório MacBride, exceto os de Osolnik e os de Mustapha Masmoudi (Tunísia), que preferiram fazê-lo em separata.

⁵⁰ Exemplo disto é a extensa produção derivada de eventos e seminários em memória aos 25 anos do documento da comissão da UNESCO, comemorados em 2005.

⁵¹ O autor se refere evidentemente ao basilar estudo de Galtung & Ruge (1965).

1968 descobriu que ‘pelo menos metade’ das notícias internacionais vinha da AP, UPI, Reuters e AFP, sem incluir matérias das Quatro Grandes sem o devido crédito, filtradas por meio das agências nacionais de notícias.

(3) Um estudo da cobertura jornalística do Terceiro Mundo em 14 jornais asiáticos em 1977 descobriu que pouco mais de três quartos de todas as notícias não-locais sobre o Terceiro Mundo vinham das ‘Quatro Grandes’.

(4) Um estudo da cobertura recíproca dos EUA e do Canadá mostrou que as agências mundiais respondiam por mais de 70% das notícias dos EUA em jornais canadenses e mais de 80% das notícias canadenses em jornais dos EUA.⁵²

Outra característica intrínseca das agências, como já demonstrado no Capítulo I, é a sua lógica de distribuição multiplicada (Cf. BOYD-BARRETT, 1980). Para relembrar: as agências de notícias não são veículos de comunicação, já que não publicam para o consumidor direto, mas são fornecedoras de informação para jornais, revistas, emissoras de rádio e de TV. Estão no estágio inicial da cadeia de produção da notícia. E sua estrutura de distribuição arborescente – ou seja, de uma raiz comum para as ramificações – lhes permite multiplicar a mesma informação original por seus diversos clientes. Adicione-se a isso o aspecto lingüístico: enquanto veículos atingem um número localizado (territorializado) de receptores e utilizam comumente em uma única língua, as agências são capazes de operar com tradução, enviando a mesma notícia em diferentes idiomas, aspecto essencial em um sistema que se pretendia inclusivo para tantos países, tão distintos e com uma diversidade cultural tão numerosa quanto o conjunto dos não-alinhados. Para os países mais pobres, o serviço de agências oferecia instantaneidade e favorecia a circulação e a desterritorialização (organização interna em rede). Por outro lado, embora isto hoje seja visto com olhares mais críticos, o fato de estarem submetidas ao controle estatal direto era, para as agências, uma vantagem aos olhos dos regimes instaurados nos países recém-emancipados, muitos deles autoritários ou militarizados, por conta das circunstâncias violentas em que se dava a descolonização. Assim, no contexto pré-redes, dos anos 1970, estabelecer uma agência tinha implicações estratégicas e econômicas, poupando custos e aumentando o poder de alcance das informações que se pretendia divulgar.

Os acordos de cooperação e intercâmbio entre agências de notícias (nacionais e transnacionais) foram os primórdios da formação de uma rede global de comunicação. Por meio de compromissos de enviar e receber serviços e despachos em caráter permanente, ceder linhas de transmissão sem ônus ou a preços simbólicos, ou colocar máquinas de telégrafo e Telex à disposição de correspondentes de cada parte, tais empresas constituíram sistemas internacionais de informação a partir do entrelaçamento

⁵² BOYD-BARRETT, Oliver. **The International News Agencies**. Londres: Constable, 1980. pp.15-16

de subsistemas particulares (por exemplo, cada serviço em âmbito nacional). Desta forma, desenharam um mapa de conexões que estendia suas linhas por praticamente todo o planeta. Tratava-se da semente daquilo que a Internet comercial consolidaria em termos bem mais amplos e quase absolutos em meados da década de 1990.

Em virtude do sistema internacional de informação particular criado pelas agências transnacionais e seu modelo de produção industrial, também analisados no Capítulo I, a operação destas empresas manteve-se naturalmente concentrada nas áreas onde seus respectivos mercados eram mais fortes. Diz-se “naturalmente” porque, se fossem estas agências preocupadas com a globalidade da informação disponível, certamente preocupar-se-iam com um noticiário abrangente e geograficamente diverso; como não o são, e por fazerem da notícia sua mercadoria, sempre tenderam a produzi-la e circulá-la da forma que melhor atendesse, qualitativa e quantitativamente, às demandas da média de seus clientes – invariavelmente, os do mercado doméstico. Assim, AP e UPI sempre escreveram voltados para os jornais médios dos EUA (os grandes sempre tiveram suas redes próprias de correspondentes); a AFP orientava-se para os veículos de imprensa franceses (em boa parte, públicos); e a TASS alimentava a imprensa oficial soviética.

Com tal estrutura econômica sustentável e bem-sucedida ao longo de mais de um século, parecia pouco provável esperar que as agências de notícias transnacionais alterassem o foco das operações para atender às reivindicações por um “fluxo de informações equilibrado” e uma “nova ordem” na comunicação internacional. Para Capriles (1982 apud JAKUBOWICZ, 1985; 82), o que estava em jogo na luta pela NOMIC não era a informação em si (o conteúdo), mas as “relações de controle sobre a circulação da informação”. E, neste campo, como já visto, as agências transnacionais imperavam.

Na esfera do conteúdo destas informações, também, as agências eram apontadas como responsáveis por uma “distorção” da imagem do Terceiro Mundo, privilegiando notícias sobre crises, conflitos e tragédias, e não conferindo ao mundo em desenvolvimento a mesma abordagem cotidiana e complexa (incluindo cultura, artes, esportes, compreensão dos costumes, celebridades, trivialidades e *faits-divers*) feita sobre os países industrializados (KIRAT & WEAVER, 1985; 32). O contraste qualitativo gerou a idéia de que “atores não-ocidentais só são mencionados quando entram sob os holofotes, mas o holofote nunca se move para buscá-los em casa” (HARRIS, 1976 apud SPLICHAL, FERLIGOJ e BAGATELJ, 1980; 609). Ou seja, os países periféricos e seus personagens entram na pauta das agências transnacionais exclusivamente quando afetam os interesses e o imaginário das sociedades ocidentais, onde está o conjunto rentável de seus clientes, mas são automaticamente esquecidos quando retornam a seus problemas “endógenos” cotidianos.

Em estudo comparativo, Kirat & Weaver (1985; 38-39) observaram um contraste temático entre as coberturas das agências ocidentais e a do *pool* não-alinhado, com a ausência de vários assuntos entre as primeiras. Enquanto AP, UPI, Reuters e AFP preferiam concentrar-se em conflitos étnicos, ideológicos e religiosos, “proliferação nuclear, falta de energia e relações Leste-Oeste”, o NANAP focava em “desenvolvimento dos países do Terceiro Mundo, independência política, direitos humanos e ajuda aos países em desenvolvimento”. Também estavam ausentes da pauta das “Quatro Grandes” diversos temas do dia-a-dia de qualquer sociedade moderna, como “agricultura, questões trabalhistas, esforços de ajuda internacional, educação, serviços de saúde, religião, assuntos médicos e científicos e questões ecológicas” (idem, ibidem).

O domínio contínuo das agências transnacionais era facilitado ainda por fatores de ordem econômica e política, dificilmente contornáveis para as empresas, cooperativas e Estados do Sul. Por exemplo, Cuthbert (1981 apud JAKUBOWICZ, 1985; 84) menciona que uma destas cooperativas, a CANA (Caribbean News Agencies), quando precisou escolher um serviço internacional para redistribuir aos assinantes, acabou optando pela Reuters por ser esta a mais barata. Explica-se: não só a CANA, sediada na ex-colônia britânica de Barbados, se beneficiava de uma tarifa especial cobrada pela Reuters em territórios membros da Comunidade Britânica (*Commonwealth*), como ainda o custo de transmissão era contado não a partir de Londres, mas de Bermuda, onde a Reuters já possuía um centro redistribuidor. Tais condições favoreciam o serviço da Reuters como produto de uma forma com a qual o NANAP não tinha condições de competir.

A primeira atitude dos países em desenvolvimento (principalmente os recém-emancipados) para tentar reduzir a dominação das grandes agências sobre seus fluxos de informação foi centralizar a distribuição tanto de entrada quanto de saída de notícias, por meio de agências nacionais estatais que detinham monopólio de recebimento e envio com uma das “Quatro Grandes” (em geral, a da respectiva antiga metrópole colonial). Embora se alegasse que a “nacionalização facilitava as metas de desenvolvimento e a estabilidade política”, na prática isto “se desviava ainda mais da oportunidade de diversidade editorial sem acrescentar muito no lugar, a não ser a possibilidade de censura política nacional” (BOYD-BARRETT, 1980; 212).

Somente num segundo momento é que se passou a privilegiar a cooperação entre os próprios países em desenvolvimento (ou seja, no chamado eixo Sul-Sul, sem intermediações pelo Norte, isto é, o mundo industrializado tanto capitalista quanto socialista) como estratégia política de contra-hegemonia em relação à dependência das agências transnacionais. A partir das conferências, cúpulas e encontros ministeriais do

Movimento Não-Alinhado e da UNESCO na primeira metade década de 1970, a orientação pela cooperação Sul-Sul foi oficializada nas resoluções e declarações finais destas reuniões. A declaração da Cúpula de Havana de 1979 do NAM dizia textualmente que “a cooperação no campo da informação é uma parte integral da luta pela criação de novas relações internacionais em geral e de uma nova ordem internacional da informação em particular” (CC-NANAP, 1983; 289).

Para compreender por que se privilegiou a integração de agências de notícias em uma rede internacional, e não das respectivas mídias nacionais (TVs, rádios, jornais, revistas), é preciso considerar não apenas o papel que se atribuía às agências de notícias, especialmente as transnacionais, como também o contexto tecnológico da época. Antes de haver canais multidirecionais e reticulares de informações (as redes tecnologicamente mediadas), havia apenas sistemas analógicos irradiados e fortemente centralizados, como o Telex, o telégrafo e os sinais em ondas eletromagnéticas transmitidos por antenas e satélites. Todo este equipamento, incomparavelmente mais caro que os atuais da era digital, era fabricado, operado e mantido sob propriedade das grandes potências, particularmente EUA e Europa Ocidental (embora a URSS, neste momento, tivesse uma fatia significativa da indústria) ou de corporações privadas nelas sediadas. Era preciso pagar para adquiri-lo ou utilizá-lo, muitas vezes valores vultosos para orçamentos de nações subdesenvolvidas, e não havia transferência de tecnologia para os demais países, tanto por razões econômicas quanto estratégicas. Assim, se a questão era, de fato, a luta pelas “relações de controle sobre a circulação da informação”, a ferramenta ideal para entrar no combate seriam as agências.

É bastante evidente, portanto, que a idéia de cooperação entre agências nacionais para reduzir a dependência das agências globais, suplementar seus noticiários e promover discussão e ajuda mútuas é dificilmente uma novidade tanto no mundo desenvolvido quanto em desenvolvimento. A excitação temporária gerada pelo estabelecimento de um *pool* não-alinhado em 1976 <sic>, na cúpula dos países não-alinhados, teve muito a ver com o desenvolvimento simultâneo (mas formalmente não-relacionado) da luta na Unesco sobre a questão do ‘livre’ fluxo de informação: ao tentarem tornar-se mais auto-suficientes, temia-se que os países do Terceiro Mundo poderiam ser ainda mais estimulados a restringir o acesso às notícias para jornalistas ocidentais.⁵³

De fato, a iniciativa não era de todo nova. Ainda antes, a cooperação Norte-Sul no campo das agências já fora tentada. Agências transnacionais, incluindo as “Quatro Grandes”, mantinham programas internos de assistência a agências nacionais em países pobres, especialmente (mas não só) em suas áreas de exclusividade definidas nos tratados.

⁵³ BOYD-BARRETT, op.cit., p.214

A AFP, por exemplo, declarava⁵⁴ ter desde 1957 treinado 187 jornalistas e 10 estagiários de países em desenvolvimento na sua sede em Paris, prestado consultoria e auxiliado na formação técnica e equipamento de agências incipientes, como UNA (Uganda), MCOT (Tailândia) e KUNA (Kuwait), além dos mesmos serviços para reestruturação de outras agências preexistentes, como MAP (Marrocos) e SANA (Síria). Evidentemente, vários destes países estavam fora da área de influência francófona. Entretanto, sob o ponto de vista tanto da pesquisa crítica em comunicação quanto dos ativistas da NOMIC, esforços desse tipo ficaram muito aquém do pretendido, para a frustração generalizada.

Tentativas de persuadir as todo-poderosas quatro grandes agências de notícias – Reuters, AFP, AP e UPI – a modificarem suas práticas profissionais e retratar o Terceiro Mundo em seus boletins mais completamente, mais abrangentemente e mais veridicamente, ou, em outras palavras, da forma como os países em desenvolvimento se vêem, fracassaram em atingir os resultados desejados. Nem a mídia ocidental atendeu satisfatoriamente – do ponto de vista dos países em desenvolvimento – aos apelos para adotar diferentes valores-notícia e mudar sua cobertura sobre o Terceiro Mundo.⁵⁵

Se o Ocidente capitalista teve sua “onda” de cooperação, o Leste socialista também tentou aproximar-se de uma integração com as agências do Sul. Piasecka (2006) registra que, 15 anos antes da ação não-alinhada, ainda nos anos 1960, as agências de notícias de países do bloco socialista sob a influência direta da União Soviética⁵⁶ se organizaram para promover cooperação com suas congêneres no Terceiro Mundo, particularmente na África. Os objetivos eram similares; os métodos, no entanto, diferiam em muito.

As diretrizes básicas relativas ao estabelecimento de contatos foram formuladas durante a 4ª conferência dos representantes de agências de notícias de países socialistas, em Sófia, entre 20 e 23 de setembro de 1960. A questão fundamental era assegurar o fluxo de informação do bloco de países pró-soviéticos para as agências de notícias recém-estabelecidas na África, América Latina e Ásia. A agência alemã oriental Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst (ADN) e a tchecoslovaca Československá Tisková Kancelář (ČTK) foram responsáveis pela maior parte da atividade, transmitindo em francês para a África Ocidental a partir de 1º de setembro de 1960.⁵⁷

⁵⁴ Em memorando apócrifo e sem data – presumivelmente de 1978 – obtido nos arquivos da Tanjug, dentro do fichário “AFP”.

⁵⁵ JAKUBOWICZ. op.cit., p.82

⁵⁶ As agências de notícias que faziam parte do “grupo socialista de cooperação” no Leste Europeu eram BTA (Bulgária), ČTK (Tchecoslováquia), MTI (Hungria), PAP (Polônia), ADN (Alemanha Oriental) e TASS (União Soviética). Agências de países europeus também socialistas mas que não se integravam a esse “pré-pool”, além da Tanjug, eram a Agerpress (Romênia) e ATA (Albânia).

⁵⁷ PIASECKA, Renata. **Polish Press Agency and the idea of a New Information Order between 1960-1972**. in: Studia Medioznawcze, vol.24, n.1, 2006. Varsóvia: Instytut Dziennikarstwa, Universidade de Varsóvia, 2006. pág.1

O fracasso dessa experiência, segundo Piasecka, foi devido ao rígido controle e ao centralismo que se tentou impor às agências participantes, a partir do núcleo de poder em Moscou. Preocupavam-se também – como característico dos esforços de propaganda – muito mais com o fluxo unidirecional do Leste para o Sul, e menos com o sentido contrário. As sociedades dos países recém-saídos de processos de descolonização (em muitos casos, violentos) na África e no sul da Ásia estavam ainda extremamente desconfiadas de qualquer interferência estrangeira, e aquilo que as agências do Pacto de Varsóvia propunham soava tão paternalista e dirigista quanto as práticas dos antigos colonizadores.

O também polonês Jakubowicz (1985; 83-84) cita algumas outras iniciativas prévias ao NANAP, como o acordo de 1972 entre as agências Anadolu (Turquia), APP (Paquistão) e Pars (Irã, antecessora da IRNA) para o intercâmbio de notícias e a distribuição conjunta da cobertura regional; o “anel de agências” de ilhas do Pacífico; e a agência plurinacional conjunta Gulf News Agency, formada como um consórcio de agências dos países árabes do Golfo Pérsico (Bahrein, Iraque, Kuwait, Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos)⁵⁸. Segundo o autor, o modelo de *pool* de agências era o que predominava na cooperação Sul-Sul.

Salinas (1984), além do próprio NANAP, estudou ainda a ASIN (Acción de Sistemas Informativos Nacionales, cooperativa latino-americana), ALASEI (Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información, agência alternativa regional), a CANA (Caribbean News Agencies, cooperativa regional nas Antilhas) e outras que seguiam o modelo de consórcio regional em associação com uma grande agência, como os casos da Latin (associada à Reuters) e da ACAN (centro-americana, associada à EFE).

Boyd-Barrett (1980; 212-214) completa a lista de iniciativas de cooperação com a PANA (agência pan-africana, criada por iniciativa da agência de Gana sob o presidente Kwame Nkrumah), a MENA (Middle East News Agency, criada no Egito sob Gamal Abdel Nasser com a pretensão de ser regional) e a *Telecom Highway* que uniu com links de satélite e telégrafo 15 países da Ásia, “do Irã à Indonésia”.

Jakubowicz (1985; 82-83) enxerga as iniciativas de cooperação Sul-Sul em comunicação como “esquemas de auto-ajuda” dos países em desenvolvimento e sintetiza funções político-comunicacionais que estes teriam:

- “encerrar sua dependência quase exclusiva das quatro grandes agências de notícias ocidentais para notícias sobre o exterior;

⁵⁸ A Gulf (ou GNA), que chegou a fazer parte do NANAP, era sediada em Bahrein. Com o fim da cooperação, passou a ser uma agência apenas nacional e mudou de nome para Bahrein News Agency (BNA).

- alcançar a opinião pública ocidental diretamente com notícias sobre eles mesmos, em lugar de terem-nas selecionadas, processadas e escritas pela imprensa ocidental;
- criar estruturas alternativas para circulação de notícias, de modo a, entre outros, derrotar a ‘estrutura de interação feudal’ envolvida no imperialismo da comunicação” (grifo meu)

No entanto, o propósito final dos reformadores da ordem comunicacional global – entre eles, os representantes dos não-alinhados – não se limitava a criar *pools* e cooperativas que sanassem problemas tópicos e localizados. A intenção era, desde o início, construir um sistema internacional de informação Sul-Sul permanente, praticamente autônomo em relação ao sistema das agências transnacionais, e feito *pelo, para o, com o e no* Terceiro Mundo – como fica evidente na manifestação do então diretor da Tanjug, Pero Ivačić, ao apresentar o NANAP, em 1978.

Nossa visão sobre a nova ordem da informação não significa simplesmente substituir os serviços telegráficos mundiais existentes ou meramente melhorar o equilíbrio em seus produtos jornalísticos, ainda que este seja um primeiro passo positivo. O que é preciso é elaborar um sistema completo, nos níveis bilateral, regional e multilateral, para permitir um fluxo de notícias multidimensional. (grifo meu)⁵⁹

Em 1978, por iniciativa da MENA egípcia e da Universidade do Cairo, sob auspícios de fundações norte-americanas (o Centro Edward R. Murrow da Universidade Tufts e o Twentieth Century Fund), foi proposta a fundação de uma Agência de Notícias Multinacional (NAM, de Multinational News Agency), que reuniria em uma única empresa os serviços de todas as agências terceiro-mundistas então existentes (BOYD-BARRETT, 1980; 213). Mais tarde, a proposta ganhou apoio dentro da própria UNESCO, mas sofreu rejeição generalizada pelos membros do *pool* não-alinhado, como será visto adiante.

Todas as iniciativas de cooperação contra o sistema canônico das agências transnacionais, sugerem os estudos, deixou algum efeito – ainda que irregular e relativamente superficial – no fluxo internacional de notícias. Em suas conclusões, Kirat & Weaver (1985; 45) afirmam que “as críticas dos defensores da Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação podem ter tido algum impacto nos valores-notícia dos correspondentes internacionais da AP e da UPI”. Mas nenhum destes conseguiu criar uma alternativa ao sistema hegemônico, como o fez – ainda que por pouco tempo – o NANAP.

⁵⁹ IVAČIĆ, 1978 apud BOYD-BARRETT, 1980; 215

3.3. Criação e princípios do NANAP

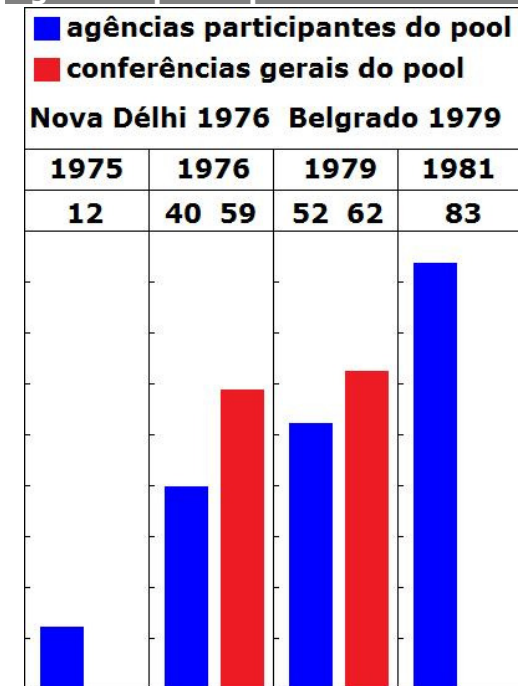
A idéia de criação de um consórcio que reunisse as agências de notícias dos países-membros do Movimento Não-Alinhado veio a público pela primeira vez em setembro de 1973, na Cúpula de Argel da organização (também o primeiro encontro internacional a vincular uma nova ordem econômica a uma nova ordem da informação). A provisão XIV do Programa de Ação aprovado ao final do encontro recomendou oficialmente que “os países não-alinhados deveriam intercambiar e disseminar informações sobre suas conquistas mútuas em todos os campos por meio de jornais e revistas, rádio, televisão e a mídia de seus respectivos países” (CC-NANAP, 1983; 93).

O *Pool* das Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados foi oficialmente criado em 1974 e começou a funcionar em janeiro do ano seguinte. Radojković (1987; 221) data o primeiro envio de despachos do NANAP no dia 20 de janeiro de 1975 e, segundo a documentação do Comitê Coordenador (CC-NANAP, 1983; 84), foi realizado pela Tanjug. Mas, embora se possa ter como aspecto mais evidente apenas o trabalho jornalístico, o *pool* não-alinhado foi criado com objetivos muito além deste e significou uma operação conjunta no campo da reestruturação dos fluxos de informação. De forma geral, atuou em três frentes:

- **intercâmbio de notícias** – voltado para a produção jornalística em si, incluindo o envio, a tradução e o direito de republicação dos despachos e fotografias produzidas por cada agência, reservando-se a cada uma o direito de escolher qual conteúdo poderia ser aproveitado pelo *pool*;
- **capacitação de agências** – tornou-se compromisso das agências mais desenvolvidas dentro do NAM, como a Tanjug, prestar assistência àquelas ainda incipientes e com poucos recursos. Tal objetivo, por sua vez, tinha duas vertentes: uma “humana”, com o treinamento de jornalistas e quadros técnicos em cursos e oficinas ministrados pelos países mais capacitados na área; e outra “tecnológica”, com a doação ou o *leasing* de equipamentos;
- **luta política** – lobby e pressão diplomática em fóruns internacionais, tanto específicos da área, quanto correlatos e genéricos, como a Assembléia Geral da ONU, sempre concomitantemente com as duas frentes anteriores, de forma a mostrar resultados práticos como argumentação.

O estatuto só foi adotado um ano depois, na Conferência dos Ministros da Informação dos Países Não-Alinhados, em Nova Délhi. A primeira Conferência Geral do NANAP, especificamente, ocorreria na mesma cidade entre 8 e 13 de julho de 1976.

Quadro X. Evolução do número de agências participantes do NANAP



fonte: reproduzido de CC-NANAP, 1983; 34-35.

A lógica de consórcio descentralizado foi a primeira diferença do NANAP em relação às iniciativas precedentes de cooperação Sul-Sul entre agências. Em sua própria definição, o *pool* se apresentava não como uma nova agência, mas “um sistema” constituído por livre-associação entre as agências participantes – da maneira como ditava o socialismo autogestionário.

O *Pool* não é uma agência de notícias transnacional, mas um sistema de cooperação e de coordenação profissionais entre as agências de notícias dos países não-alinhados, dentro do qual as agências participantes se beneficiam dos mesmos direitos e das mesmas oportunidades. (...) O *Pool* não tem nenhuma associação formal. Como tal, toda agência de notícia de um país não-alinhado pode aderir ao acordo de intercâmbio, estabelecendo links de transmissão com o centro de redistribuição do *Pool* mais próximo e iniciando o envio de informações selecionadas a partir de seus próprios serviços, bem como itens especialmente preparados para distribuição entre as outras participantes, e simultaneamente receber notícias pela mesma via.⁶⁰

Para Radojković (1987; 220-221), o NANAP foi “a face mais pragmática da NOMIC” e foi “a primeira fórmula de teste para a auto-suficiência em uma das mais importantes áreas, dominada por empresas estatais e transnacionais das grandes potências, e de lideranças no âmbito dos blocos”. Segundo o autor, a iniciativa partiu mais dos gestores públicos de comunicação nos países não-alinhados e das respectivas agências do que de resoluções extraídas das reuniões de cúpula. Realizou-se, em certo nível, “de baixo

⁶⁰ COMITÊ COORDENADOR DO POOL DE AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS NÃO-ALINHADAS. **News Agencies Pool of Non-aligned Countries: a perspective**. Nova Délhi: Indian Institute of Mass Communication, 1983. pág.23

para cima”, na medida em que precedeu sua oficialização por parte dos estadistas e ministros nos encontros subsequentes – embora, como já visto, sua demanda tenha sido estabelecida antes, em Argel, mas sem uma especificação de como se deveria atendê-la.

...o *Pool* começou sua existência antes da tomada de uma decisão política, e sem um estatuto ou outras regras escritas. Uma nova forma de cooperação foi estabelecida por 12 agências de notícias da região do Mediterrâneo [N.do.A.: Tanjug, TAP, MAP, MENA], de modo a pôr em prática a possibilidade de intercambiar notícias de agências entre elas, sem a mediação do mundo do alto comércio – as agências globais de notícias. No experimento entraram agências do mundo árabe e a Tanjug iugoslava. Elas abriram novos links de telecomunicações entre as primeiras participantes e estabeleceram produtos conjuntos para outros usuários, confiados à Tanjug e ainda a outras agências que tinham as necessárias aptidões técnicas.⁶¹

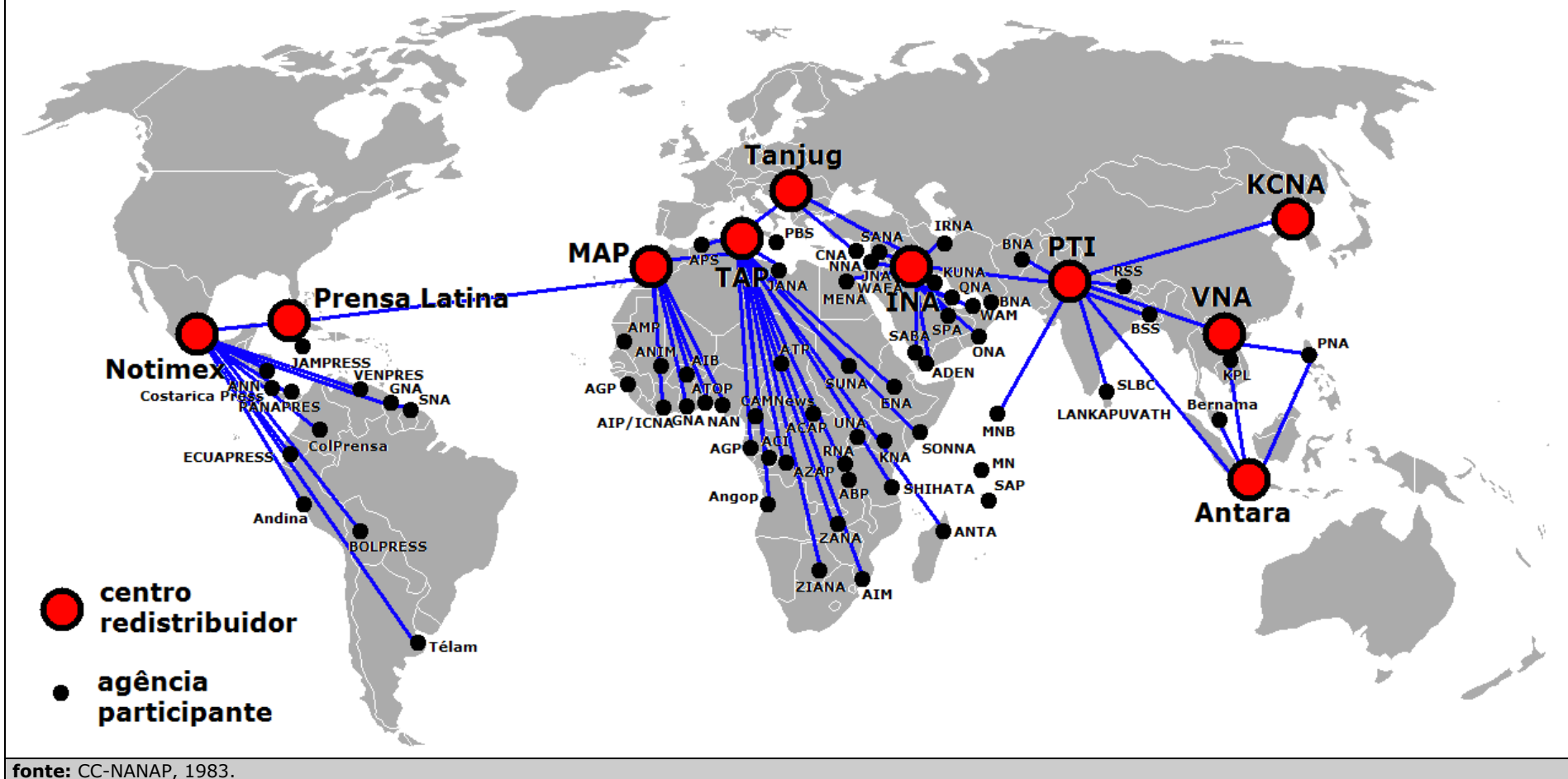
Desde sua concepção, o NANAP tentou ser um modelo para as iniciativas de comunicação Sul-Sul, de forma que estas independessem da “passagem obrigatória” pelas capitais européias, como era o caso do fluxo de informação mantido pelas agências (tanto as “Quatro Grandes” quanto a TASS soviética). Tal meta era efetivada por meio de um percurso relativamente direto da informação entre um país em desenvolvimento e outro. O “relativamente”, neste caso, se deve ao fato de, por condições tecnológicas, o sistema do NANAP ter designado certas agências mais bem equipadas como centros de redistribuição. Estes recebiam os despachos por Telex, traduziam-nos, se necessário, e os remetiam às demais participantes (Quadro X). A estrutura genérica do sistema, no entanto, era a ligação entre uma agência nacional, que produzia informação de origem *local*, e as outras agências também nacionais que tivessem interesse *internacional* no material distribuído. Assim, o *pool* não-alinhado foi uma tentativa de aliar a comunicação local e regional à internacional, constituindo uma resposta prática à demanda da NOMIC por circulação de notícias.

Por meio do *pool*, os países não-alinhados tendem a concretizar a solidariedade e promover o fluxo horizontal de informação autêntica. O *pool* tem acesso às agências de notícias e outros órgãos de informação dos países que são membros do Movimento Não-Alinhado. A decisão de aderir cabe a cada um. Todos os participantes são iguais e tomam decisões autônomas sobre quais informações vão inserir na produção do *pool* ou quais vão usar. Portanto, o *pool* não tem sede nem agências que executariam uma seleção das notícias ofertadas por cada membro. Cada participante determina quais informações vai oferecer e quais vai escolher para incluir em seu serviço nacional. Quando a reproduz, deve indicar a procedência como “nome da agência-POOL”.⁶²

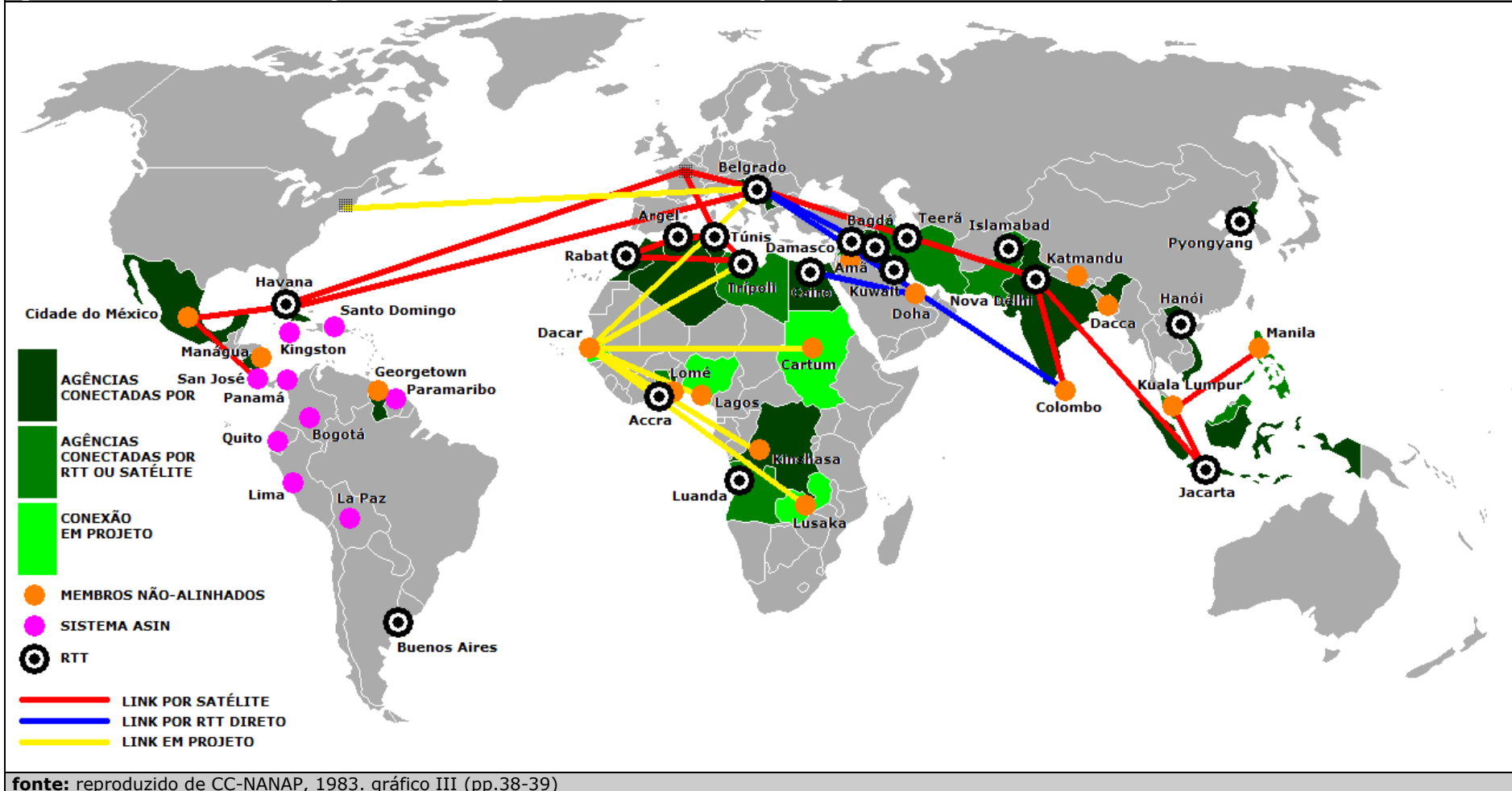
⁶¹ RADOJKOVIĆ, op.cit., p.221

⁶² RADOJKOVIĆ, op.cit., pág.223

Quadro XI. Agências participantes do NANAP



Quadro XII. Telecomunicações entre os países não-alinhados participantes do NANAP



A diferença entre as experiências anteriores de cooperação Sul-Sul – principalmente o frustrado intercâmbio com a África liderado pelos soviéticos – e o que o *pool* não-alinhado propunha residia principalmente na descentralização. O NANAP foi constituído como uma iniciativa sem corpo jurídico-administrativo, sem uma sede física, sem orçamento e, principalmente, sem hierarquia. O único órgão de gerência estabelecido para o *pool* foi o Comitê Coordenador, reunindo os diretores de 15 agências, escolhidas por princípio de representatividade regional, que se reunia irregularmente para avaliar o trabalho e deliberar regras e metas.

No dia-a-dia, porém, o NANAP funcionava sem relação hierárquica entre as agências participantes. Nenhuma delas tinha poderes de determinar as atividades das outras, tampouco de alterar regras ou falar em nome das demais. A presidência do Comitê Coordenador, outorgada à agência do país-sede de cada conferência, tinha função puramente organizadora-burocrática para os encontros em si (registrar e publicar atas, documentação, recepção e cerimonial), não para as atividades operacionais.

Assim como não há hierarquia na organização editorial, o *Pool* não tem fundos financeiros centralizados nem receita. Cada participante arca com as despesas de transmitir as notícias que oferece para o centro de distribuição com o qual trabalha. O centro de distribuição, geralmente uma agência mais equipada, usa sua rede para enviar informações para outras agências com a mesma função. O custo de transmissão da notícia ao destinatário final também recai sobre o centro de distribuição. Como se pode ver, neste sistema os maiores esforços são feitos pelas agências que aceitam o papel de centro de distribuição para uma região ou um grupo de países vizinhos.⁶³

“Portanto”, prossegue o autor, “espera-se que cada participante possa voluntariamente aceitar uma função regional, desde que não adquira nenhum direito maior além de [ter de arcar com] custos mais altos”. A livre-associação e o igualitarismo, assim definidos, faziam do NANAP também uma espécie de “organização autogestionária de trabalho associado”, o que não era de espantar ao saber-se que grande parte de sua concepção nasceu de círculos iugoslavos ligados aos criadores do socialismo autogestionário, especialmente os da então República Socialista da Eslovênia.

Dentro do setor de comunicação do regime iugoslavo, abaixo de Tito, estava o esloveno Bogdan Osolnik (nascido em 1920), intelectual, professor da Universidade de Ljubljana e responsável pela definição das políticas públicas de comunicação, o que incluía a cooperação internacional na área. Na Segunda Guerra, muito jovem, Osolnik

⁶³ RADOJKOVIĆ, 1987; p.223

foi combatente *partizan*, assim como seus conterrâneos Aleš Bébler (mais tarde diplomata e incentivador da cooperação não-alinhada) e Edvard Kardelj, o braço-direito do Marechal e idealizador do socialismo autogestionário. A maior parte do trabalho de execução, no entanto, foi encarregada à Tanjug, na figura de seu então diretor-presidente, Pero Ivačić. Este, por sua vez, era auxiliado por seu editor-chefe, Mihailo Šaranović, ex-correspondente na China (na época da Revolução Cultural) e mais tarde na URSS (na época da dissolução).

A narrativa de Osolnik – em entrevista concedida ao autor em sua residência em Ljubljana em 25 de janeiro de 2009 – atribui o início da idéia sobre o *pool* a um trabalho de cooperação não no campo jornalístico, mas em cinema: um documentário sobre a guerra de libertação da Argélia rodado em conjunto, no final dos anos 1960, com equipe binacional, iugoslava e argelina. A partir da experiência, relata, ficou nos gestores públicos de comunicação e cultura de ambos os países a convicção de que o trabalho conjunto era exequível e teria êxito para constituir discursos autóctones e divergentes daqueles da hegemonia das potências, tanto ocidentais-capitalistas quanto orientais-socialistas. Osolnik, no entanto, pondera que daí para o *pool* foi uma questão de convergir idéias e propostas que já circulavam no *zeitgeist* do movimento.

Já tínhamos essa ideia quando fui secretário de Estado. Mas o começo vem não só da Iugoslávia. Mustapha Masmoudi, meu amigo da Tunísia, estava no movimento eleito como coordenador para todo o Movimento Não-Alinhado. Não é possível limitar a iniciativa a um único país.⁶⁴

O professor Slavko Splichal – também esloveno e colaborador constante de outros pesquisadores expoentes da comunicação nos países socialistas e da NOMIC, como Colin Sparks e Andrew Calabrese – destaca ainda a relevância do trabalho de seu compatriota Tomo Martelanc, um dos primeiros professores de jornalismo do país, teórico do direito à comunicação e representante da Iugoslávia em diversos fóruns multilaterais, inclusive a UNESCO. É dele o conceito de “fluxo de informação pluridirecional, multicultural e em várias camadas” (1983; 40, apud HICKS, 2007), que orientaria a estruturação do NANAP.

Osolnik, então secretário do Marechal Tito para assuntos de Comunicação e Informação, coordenou a elaboração da nova lei de imprensa em 1971, regulamentando a liberdade de imprensa, para o que estudou legislações de diversos países. Além disso,

⁶⁴ OSOLNIK, Bogdan. Entrevista ao autor, 25/1/2009.

nas décadas de 1960 e 1970, era ativo dentro da IAMCR (International Association for Mass Communication Research)⁶⁵, da qual chegou a ser vice-presidente, e colaborador de pesquisadores como Kaarle Nordenstreng e Breda Pavlič (igualmente eslovena e consultora da UNESCO nos anos 1980 e 1990). Com esta ampla experiência, era enviado como representante da Iugoslávia para as conferências do NAM e da UNESCO em que se debatia a NOMIC.

Bogdan Osolnik estava presente na conferência de Argel em 1973, quando foi feito o primeiro chamado por uma ação concreta entre a mídia dos países não-alinhados. Junto aos tunisianos Masmoudi e Hédi Annabi (então diretor da agência TAP, depois chefe da missão da ONU no Haiti, morto no terremoto de janeiro de 2010 naquele país), além de representantes da Índia, do Egito, do Iraque e de Cuba, elaborou a idéia de que um consórcio de agências de notícias poderia atingir o objetivo de criar novos fluxos de informação mais rapidamente e de forma menos onerosas para os países pobres.

Em 1978-1980, Osolnik seria um dos 15 peritos em comunicação internacional nomeados pelo diretor-geral da UNESCO para constituir a Comissão para a Investigação dos Problemas da Comunicação, que ficaria conhecida como Comissão MacBride. E seu documento final, o Relatório MacBride, faz menção direta ao NANAP, classificando-o como “um esforço concreto” para “reduzir a dependência” de países em desenvolvimento “diante das grandes agências internacionais de notícias” (1983; 137).

A finalidade desse consórcio consiste em melhorar o conhecimento e compreensão mútua e em fortalecer a cooperação bilateral e multilateral entre os países não-alinhados. (...) O consórcio contribuiu também para a melhoria dos meios de comunicações, entre eles os satélites, a redução das tarifas de transmissão, o aumento dos meios de formação de jornalistas, de agências de notícias e prestação de ajuda, tendo em vista a criação de agências nos países que carecem desses serviços.⁶⁶

3.4. A Tanjug como líder do *pool* não-alinhado

A agência iugoslava destoava entre as demais participantes do *pool* não-alinhado e, em virtude de diversos aspectos, era a mais capacitada para treinar, equipar e servir de referência paradigmática às outras – principalmente as incipientes agências dos países recém-criados. De fato, diversos trabalhos realizados entre os anos 1960 e 1980 enxergaram a Tanjug como uma agência de notícias *sui generis*: descentralizada,

⁶⁵ Osolnik, junto com Jovan Marinović, foi um dos responsáveis por organizar o 5º congresso da IAMCR em 1966 em Herceg-Novi, na Bósnia– hoje uma sede improvável para qualquer evento de comunicação.

⁶⁶ UNESCO, 1983. p.137

autogestionária, não-fordista, não-linear, não-alinhada, crítica tanto a Leste quanto a Oeste, voltada para o Sul do mundo.

Robinson (1970) afirma ainda que, guardadas as proporções, à época, os “recursos financeiros limitados, uma rede tecnológica menos extensa, e um pessoal equivalente a um quarto do da AP colocam a Tanjug em oitavo lugar em termos de produtividade de notícias, após as cinco gigantes” (Reuters, AP, AFP, UPI e TASS).

Como já mencionado, a pesquisa de Robinson (1970; 1977; 1981), embora conduzida antes da formação do *pool*, é a referência central para compreender as particularidades da gestão da empresa jornalística e das operações editoriais da agência de notícias iugoslava. Staab (1990; 427) sintetiza que a principal conclusão da pesquisadora canadense foi a de que “o processo de seleção de notícias também é influenciado por demandas organizacionais” – o que, no caso da autogestionada Tanjug, levou a uma rotina de seleção não-linear.

Por “não-linear”, a autora canadense se referia à rejeição da “linearidade seletiva” dos fatos segundo os valores-notícia (*newsvalues*) considerados canônicos nos processos produtivos das demais agências, e aos critérios de seleção baseados em variáveis objetivas – como proximidade geográfica, força econômica do protagonista da notícia ou temporalidade. De acordo com referências secundárias, tal não-linearidade era atribuída exatamente à autogestão implantada no gerenciamento do jornalismo praticado na agência, como examinado no capítulo anterior. Ao conferir autonomia aos trabalhadores livremente associados para a produção da notícia, a Tanjug libertava-se das rotinas industriais (fordistas) do modo de produção das agências de notícias tradicionais, por “não coletar suas notícias internacionais em mão única” (ROBINSON, 1968 apud AVRAMOVIĆ, 1993; 299).

Buscando demonstrar a proposição de Robinson, uma equipe transdisciplinar da Universidade de Ljubljana (capital da Eslovênia, então Iugoslávia) composta por um comunicólogo, uma estatística e um matemático (Splichal et al., 1980) realizou análise de conteúdo sobre uma semana de produção noticiosa da Tanjug em 19-26 de setembro de 1977, tendo como variáveis os critérios possíveis de seleção de notícias. A conclusão foi comprobatória:

A computação das dissimilaridades dos critérios hipotéticos das decisões editoriais da Tanjug demonstra que a seleção é principalmente afetada pelo fato de se a fonte da notícia é um correspondente da Tanjug ou não. Ao contrário dos resultados obtidos em diversas análises até hoje, esta análise sugere que critérios como distância geográfica, força econômica, localização dos correspondentes e

personificação, dados por diversos pesquisadores como fundamentais na seleção de notícias, não têm efeitos importantes na seleção de notícias dentro da agência Tanjug.⁶⁷ (grifo meu)

Não há como dissociar, desta maneira, o privilégio primordial concedido à origem de fonte própria – algo não necessariamente predominante em outras agências – da forma de gestão socialista adotada pela agência iugoslava, fundada na valorização e autonomia produtiva dos trabalhadores. Na medida em que as decisões editoriais no “jornalismo autogestionário” eram em alguma escala compartilhadas e cada repórter era considerado parte de uma unidade autônoma de produção, nada era mais natural neste modelo do que alçar à prioridade absoluta o trabalho do correspondente – também ele um produtor “livremente associado” e “autogestionário”.

Uma forma possível de enxergar a discussão teórica sobre o processo de seleção das notícias é como uma ampla disputa entre os que acreditam na prevalência de aspectos subjetivos, que conferem ao jornalista um papel ativo no trabalho de escolha e filtragem (*gatekeeping*) graças à sua própria formação ética, ideológica e cultural (superestrutura) e, do outro lado, os que acreditam que aspectos objetivos da notícia (*newsvalues*) são determinantes e o tornam um ente quase passivo nos mecanismos produtivos da mídia (infraestrutura). Ao contraporem estes dois eixos de fatores como mutuamente excludentes, os dois grupos de autores ignoram que a seleção das notícias é produto dialético de ambos.

Sobre este aspecto dos critérios de seleção noticiosa (e tomando a Tanjug como estudo de caso), os iugoslavos (eslovenos) Splichal, Ferligoj e Bagatelj elucidaram, de um ponto de vista estritamente marxista, que a causa para esta disputa está na não-diferenciação entre *fatores* e *critérios* de seleção, atribuindo-os respectivamente a naturezas “objetiva” e “subjetiva”.

Os efeitos socializantes ou até o poder de mobilização dos meios de comunicação de massa é condicionado pelo fato de que eles não mapeiam a realidade social mecanicamente; ou seja, seu conteúdo não é uma simples cópia do mundo já existente. Em relação ao conteúdo (...), a mídia é ‘o mundo ideal (*ideele Welt*), que se originou da realidade e, frutificando, deságua de volta nela’, apesar de ser um dos elementos essenciais do ‘mundo material, transferido e transformado na mente humana’ (Marx, 1842).⁶⁸

⁶⁷ SPLICHAL et al., 1980; p.613.

⁶⁸ SPLICHAL, FERLIGOJ e BAGATELJ, 1980; 606

No cenário externo, a Tanjug exerceu um papel integrador entre as estruturas de comunicação internacional no Terceiro Mundo na época em que a Iugoslávia liderava o Movimento Não-Alinhado como terceira força global na geopolítica da Guerra Fria. Na época, a Tanjug teve uma atuação paradigmática como sistematizadora e capacitadora de agências de notícias de países mais pobres.

É evidente que a filosofia política do não-alinhamento se opõe a toda e qualquer espécie de isolacionismo, exclusivismo de bloco e a todo monopólio de informação. A Iugoslávia não cessou de se abrir em favor do estabelecimento de um sistema de livre intercâmbio de informações no seio da comunidade internacional. Ela tem favorecido e sustentado o desenvolvimento do sistema de comunicação desta comunidade, ajudada nisso pelos serviços das Nações Unidas.⁶⁹ (grifo meu)

Dentro do contexto da integração não-alinhada em matéria comunicacional, a agência Tanjug exerceu um papel ímpar na constituição de cooperações entre mídias de países em desenvolvimento na época da Guerra Fria – o que Boyd-Barrett e Thussu (1992) chamam de “mecanismos de intercâmbio de notícias” (*news exchange mechanisms*). Serviu também de antecedente ímpar para iniciativas de desenvolvimento de comunicação, adaptadas à realidade dos países subdesenvolvidos, nos quais a precariedade da infraestrutura de comunicações e as deficiências no treinamento dos profissionais são entraves estruturais para o desenvolvimento de mídia. Com capacitação, equipamento, esforços para intercâmbio de conteúdo e um modelo de ação fundamentado no princípio da autogestão iugoslava, a Tanjug auxiliou muitas agências menores a crescerem para ampliar o fluxo de informações Sul-Sul e os contra-fluxos Sul-Norte, dando voz própria ao Terceiro Mundo no noticiário mundial.

A Tanjug intercambia informações com os países não-alinhados, no âmbito do *Pool* de Agências dos Países não [em francês, *l'Agence Commune des Pays Non Alignés*], que entrou em atividade em janeiro de 1975 (no escritório da Tanjug), conforme as recomendações adotadas na IV Conferência dos Chefes de Estado e de Governo dos Países Não-Alinhados que ocorreu em Argel em 1973. As notícias e as informações fornecidas por estas agências são distribuídas por rádio em inglês, francês e espanhol. Nos primeiros meses de 1976, 34 agências de países não-alinhados da África, da Ásia, da América Latina e da Europa faziam parte do *pool*. Ela ainda colabora com os serviços de informação das Nações Unidas e igualmente estabeleceu relações de cooperação com a UNESCO.⁷⁰

A Tanjug imprimiu ao *pool* não-alinhado uma práxis de cooperação autogestionária dentro do “espírito” titoísta, ao coordenar os trabalhos de instalação,

⁶⁹ LEKOVIĆ & BJELICA, op.cit., pág.38

⁷⁰ idem.

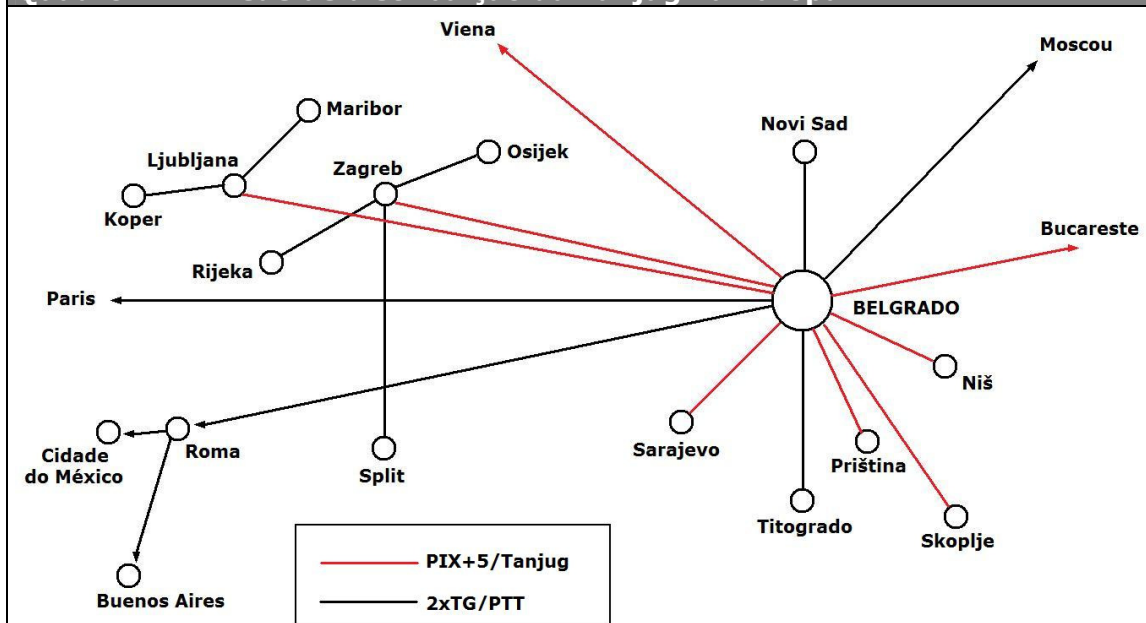
capacitação e operação do *pool*. Em lugar de centralizar a distribuição do conteúdo, os despachos eram transmitidos ponto-a-ponto, por meio dos núcleos redistribuidores (como a MAP do Marrocos e a INA do Iraque). Em vez de haver uma mesa única tomando as decisões editoriais, existia total liberdade de ação e cada agência-membro só aproveitava o material que escolhia republicar. Os iugoslavos promoviam o policentrismo como princípio basilar da cooperação (LALIĆ, 2003: 146).

A Tanjug coordenou o envio dos primeiros despachos e promoveu treinamento com jornalistas asiáticos e africanos na Iugoslávia. O Fundo Iugoslavo de Solidariedade entregou equipamentos a agências de países mais pobres e lançou sugestões a entidades multilaterais como a UIT (União Internacional de Telecomunicações) para fornecer desconto em tarifas de telégrafo. O papel iugoslavo era também político mesmo fora do âmbito não-alinhado: Bogdan Osolnik, como ministro da Cultura (à qual a Tanjug era subordinada) e assessor de Tito para políticas de comunicação, foi um dos integrantes da Comissão MacBride. E o próprio texto do Relatório MacBride foi aprovado por aclamação justamente na conferência em Belgrado.

A ação de tais políticas de cooperação não se limitou à comunicação e se estendeu principalmente para a África (mais especificamente em Gana, Egito, Tanzânia, Quênia, República Centro-Africana, Angola, Moçambique e Etiópia), para o sul da Ásia (Índia, Indonésia, Malásia, Camboja e Vietnã) e teve ação mais limitada na América Latina (Cuba, Peru). Pela listagem, percebe-se que o campo de ação incluía países socialistas e capitalistas, grandes e pequenos, repúblicas e monarquias, com diferentes graus de desenvolvimento socioeconômico. Em todos, porém, as iniciativas iugoslavas se inseriam no princípio não-alinhado da cooperação mútua. Em vários, incluíam treinamento e capacitação de profissionais, equipamento técnico por doação ou *leasing*, além de intercâmbio de serviços.

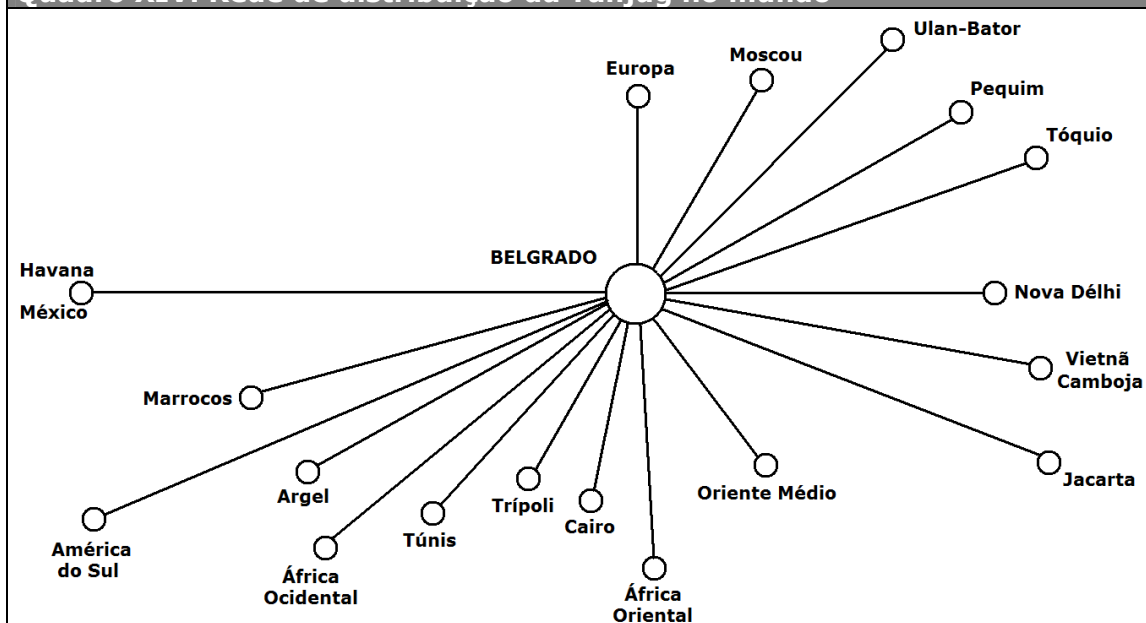
Também o caráter multiétnico da federação iugoslava contribuiu para a criação de recursos humanos e técnicos em cooperação internacional em comunicação. Foi na heterogeneidade cultural e lingüística que a Iugoslávia aprendeu a trabalhar comunicação (e de fato, sem uma etnia ou idioma que se sobrepusesse aos demais, como os russos na URSS e os han/mandarim na China). A diversidade étnica-religiosa iugoslava fez da própria experiência de comunicação nacional (federal) um exercício para o trabalho que depois desenvolveriam na África. A pluralidade deu a eles o *know-how* para comunicar-se bem com a alteridade.

Quadro XIII. Rede de distribuição da Tanjug na Europa



fonte: reproduzido de gráfico avulso obtido nos arquivos da Tanjug

Quadro XIV. Rede de distribuição da Tanjug no mundo



fonte: reproduzido de gráfico avulso obtido nos arquivos da Tanjug

Na primeira reunião do Comitê, entre 10 e 12 de janeiro de 1977, no Cairo, foi atribuído a cada agência fundadora um papel específico para a operação do *pool*. À Tanjug coube a coleta de informações sobre os centros de redistribuição; a INA iraquiana foi incumbida de preparar um inventário dos meios de transmissão disponíveis para as agências participantes e de formular uma estratégia em relação às tarifas praticadas entre os países não-alinhados; a Prensa Latina recebeu a encomenda de um estudo sobre a viabilidade de padronizar os equipamentos das agências-membros e de

realizar aquisição conjunta dos mesmos, de acordo com as disponibilidades tecnológicas e econômicas nos países não-alinhados; e a AZAP e a MENA egípcia deveriam delinear uma política para o treinamento de pessoal e quadros jornalísticos em instituições dos países em desenvolvimento (CC-NANAP, 1983; 26).

Quadro XV. Radiotransmissão da Tanjug com agências do NANAP		
Agência	País	Horários de transmissão
ADN	Alemanha Orien.	6h, 10h, 15h, 18h
Anadolu	Turquia	10h30
ANSA	Itália	8h, 15h, 19h
Antara	Indonésia	9h
APS	Argélia	11h, 16h
ATA	Áustria	9h, 15h, 17h
BTA	Bulgária	8h, 14h, 18h30
ČTK	Tchecoslováquia	9h30, 18h, 21h
DPA	Alemanha Ociden.	11h, 15h, 19h
Golf	Emirados Árabes	-
IIS		8h30, 14h30
INA	Iraque	10h, 14h
JANA	Líbia	9h, 14h
JNA	Jordânia	17h
KCNA	Coréia do Norte	8h30, 10h30, 15h, 18h
KUNA	Kuwait	10h
MAP	Marrocos	11h, 15h30
MENA	Egito	8h, 18h
PARS	Irã	7h30
SLBC	Sri Lanka	6h
SUNA	Sudão	9h, 17h
TAP	Tunísia	13h
TASS	União Soviética	5h, 15h15
VNA	Vietnã	7h, 12h, 14h45
Xinhua	China	1h, 7h, 12h, 15h, 18h, 21h
fonte: reproduzido do original, obtido nos arquivos da Tanjug		

No seio do *pool* não-alinhado, quando este já se encontrava em plena operação, a Tanjug assumiu papel de principal centro de distribuição, tendo mais *links* de transmissão telegráfica com outras agências (e veículos de comunicação) na Europa e no mundo do que todos os demais. Boyd-Barrett cita-a como “a agência mais ativamente participante do *pool*” (1980; 214). Dentro do continente, a agência distribuía não só para 13 destinos nacionais iugoslavos, como também para Viena, Moscou, Bucareste, Paris e Roma (e, desta última, para Cidade do México e Buenos Aires). No resto do mundo, os links diretos eram pelo menos 18, espalhados pelos cinco continentes (quadros XIII e XIV).

Em abril de 1980, um relatório de uso de canais de radiotransmissão na Tanjug listava horários e frequências de conexão fixos com 25 agências – todas participantes do NANAP e nenhuma das Quatro Grandes (Quadro XV). Nele, vê-se claramente a prioridade concedida às agências do próprio Leste Europeu, que tinham mais faixas de horários, e à Xinhua chinesa, além de uma curiosa atenção especial dada também à norte-coreana KCNA. No entanto, a presença maciça de agências de países não-alinhados evidencia o papel crucial que a Tanjug assumia ao servir de ponto de interconexão para várias delas.

A Tanjug manteve ainda uma estreita colaboração com a InterPress Service (IPS), agência criada em Roma em 1964 pelo jornalista Roberto Savio, militante da Democracia Cristã italiana, sob o sistema de cooperativa (tendo os próprios funcionários como sócios). De início, a IPS teve seus quadros profissionais formados principalmente por jornalistas de países da América Latina exilados dos regimes militares, e nasceu já com a proposta de praticar o “jornalismo de desenvolvimento” e especializar-se na cobertura do Terceiro Mundo – no que, de fato, tornou-se uma referência. A IPS, tanto institucionalmente quanto pelo envolvimento pessoal de Savio, foi uma das pontas-de-lança na campanha pela NOMIC (SALINAS, 1984; 145-175; BOYD-BARRETT, 1980; 216-217).

Embora nunca tivesse chegado a integrar-se oficialmente ao NANAP como membro, a IPS alugava seus canais para a Tanjug, que por sua vez os usava para receber e transmitir material do *pool* não-alinhado nos locais onde a IPS era presente. Um contrato fechado em 1º de abril de 1977 estabelecia os termos do serviço: “retransmissão do boletim da Tanjug para a América Latina” a US\$ 2 mil mensais; “retransmissão para Belgrado do material dos escritórios da Tanjug em cinco cidades (Buenos Aires, Lima, Lisboa, Cidade do México e Roma)” a US\$ 120 por transmissão para cada *bureau*; “edição do boletim da Tanjug na sede da IPS” a US\$ 300 mensais. Boyd-Barrett (1980; 216-217) registra que o NANAP chegou a se constituir como a principal fonte de receita da IPS no final dos anos 1970 e início dos anos 1980, com a equipe de Savio servindo não só à agência iugoslava, mas também à cubana Prensa Latina, à tunisiana TAP, à venezuelana Venpress, à iraquiana INA, à líbia JANA e à moçambicana AIM.

Entretanto, já em 1981, evidenciando que a fase de ascensão do *pool* havia passado (e que começava o declínio da Iugoslávia), a Tanjug devia grandes somas à IPS, como documentado num fax enviado pessoalmente por Roberto Savio à direção da agência em Belgrado, em 23 de novembro daquele ano. No texto, antes de fazer a devida cobrança, o diretor da IPS ressaltava que “a colaboração entre a Tanjug e a IPS

consiste em vários compromissos, entre os quais está o desejo de promover uma nova ordem da informação e aumentar a penetração das notícias do Terceiro Mundo e, especialmente, das notícias dos países não-alinhados”. Enfatizava ainda que a dívida da agência iugoslava, que àquela altura somava US\$ 73 mil dólares, “representa um grave problema financeiro para a IPS”.

Em outra comunicação, datada de 28 de julho de 1982, o secretário-geral da agência de Roma, Javier Luís Egaña, anotava que “a Tanjug, como membro do *Pool* de Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados e contraparte da IPS em seus mais antigos e mais fortes acordos cooperativos, sempre representou um parceiro privilegiado para nós, e continuará a sê-lo”. Mas, em meados de 1983, nova troca de correspondências dá a entender que a relação, embora ainda forte, não estava mais em lua-de-mel. Os iugoslavos reclamavam fortemente de alguns pontos da proposta de novo contrato feita por Roma e indicavam que Belgrado tinha feito “consideráveis” cortes de gastos. Especificamente, recusavam taxativamente o ponto em que a IPS colocava a possibilidade de “editar” os serviços da Tanjug e do NANAP por questões de “adequação de linguagem”. Os iugoslavos deixaram explícito que só aceitariam que o material fosse enviado *codificado* diretamente dos computadores da IPS para os clientes e, no final, ameaçavam suspender a cooperação⁷¹ – o que ocorreria eventualmente, no final da década.

3.5. Intercâmbio de material noticioso

A função primária do NANAP era, sem dúvida, o intercâmbio de conteúdo – notícias propriamente ditas, mas também análises e *features* (crônicas) – entre as agências participantes. Se atender à demanda política por mais notícias sobre outros países em desenvolvimento foi a principal justificativa para a criação do *pool*, não poderia ser mais natural que os esforços operacionais, de recursos humanos e econômicos se concentrassem justamente nesta atividade. No entanto, apesar de ter inovado em vários aspectos e obtido um sucesso inicial, o intercâmbio sistemático e constante de material noticioso dentro do NANAP foi limitado por um conjunto de problemas, que serão analisados mais adiante.

⁷¹ A carta do diretor, Aleksandar Bakočević, seguia recomendação nesse sentido registrada em um bilhete assinado apenas por “Dragoš”, provavelmente Dragoš Stojanović, então editor do serviço internacional que depois co-assinaria um protocolo de entendimento com a IPS junto com Mihajlo Šaranović.

Como já visto, a cooperação entre agências de notícias, inclusive no que diz respeito ao compartilhamento do material produzido entre elas, sempre foi uma marca destas empresas, desde sua própria gênese. Não apenas as pequenas agências nacionais dependiam do conteúdo gerado por aquelas de expressão global, mas também estas realizavam intercâmbio entre si para complementar e maximizar seus serviços. Desde a época do cartel no século XIX, tanto Havas como Reuters e Wolff – e depois entre as européias e as norte-americanas AP e UPI – estabeleceram entre os termos de seus acordos de cartel a disponibilização de informações produzidas por cada uma para serem traduzidas e republicadas pelas demais (BOYD-BARRETT; 1980; 198). O que as agências terceiro-mundistas fizeram, portanto, foi apenas adotar e aperfeiçoar o modelo de intercâmbio que já era traço marcado das agências de notícias transnacionais.

No NANAP, o envio e o aproveitamento do material intercambiado era feito segundo o princípio socialista utópico de Charles Fourier: “de cada um de acordo com suas possibilidades; a cada um de acordo com suas necessidades”. Pelo estatuto do *pool*, em seu artigo 10, cada agência podia transmitir e reproduzir notícias livremente dentro do consórcio, sem que fosse estabelecida uma quantidade ou uma cota mínimas nem máximas⁷². Nos artigos 20 e 21, definia-se que as informações deveriam ser “tópicas e baseadas na verdade e ser objetivas”, e deveriam “provir de fontes nacionais confiáveis e serem claras, precisas e imparciais”. Além de texto noticioso, encorajava-se que as agências participantes também trocassem crônicas (*features*), fotografias e “outros materiais informativos” (CC-NANAP, 1983; 217-218).

O serviço do *pool* era fornecido em quatro idiomas: inglês, francês, espanhol e árabe. O relatório de “documentação e perspectivas” do Comitê Coordenador (1983; 23) registra que, nos primeiros cinco anos de operação, o volume de conteúdo (medido em palavras) intercambiado entre as agências participantes do NANAP octuplicou, atingindo 40 mil palavras por dia nas quatro línguas. Para efeito de comparação, tal número era equivalente a seis vezes o volume da Reuters em 2005 (só em inglês)⁷³.

No mesmo fax de julho de 1982, Egaña, da IPS, afirmava que “as matérias do serviço da Tanjug e do *Pool* de Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados são um ponto de referência para os principais jornais latino-americanos, que incluem a Tanjug e

⁷² JAKUBOWICZ (1985; 87), no entanto, afirma que cada agência tinha direito a enviar 500 palavras por dia.

⁷³ Embora o número de “palavras” em um texto seja variável de acordo com o idioma e com a medição utilizada (por exemplo, contando-se ou não preposições, artigos, pronomes átonos e partículas), continua sendo a referência mais utilizada pelas agências de notícias – tanto comerciais quanto estatais – para quantificar sua produtividade.

o *Pool* em suas listas de fontes”, além de que “uma indicação primária” disto era “o alto nível de publicação de matérias da Tanjug na imprensa latino-americana neste período, como visto nos *clippings* entregues recentemente à Tanjug (e um grande número de outros arquivados em Roma)”. Nenhuma outra evidência que corroborasse tais afirmativas foi encontrada.

Sobre este aspecto, o jornalista José Carlos Monteiro, editor de Internacional do jornal carioca *O Globo* nessa mesma época, relata⁷⁴ que o serviço do *Pool*, via Tanjug, chegava de fato à redação no Brasil, por um horário reservado na transmissão do sinal da AFP, mas que era absolutamente vetado o aproveitamento do material. Não apenas quase toda a América do Sul – e grande parte da América Latina – estava então sob regimes militares direitistas, como os próprios “grandes jornais latino-americanos” eram geralmente de orientação conservadora. Suas linhas editoriais, de tão conflitantes, tornavam impeditiva a publicação de textos do NANAP, gerados por agências de governos com orientação progressista, socialista ou comunista, como a maioria das participantes.

Assim, ele [o NANAP] ajuda os membros a se tornarem mais bem informados sobre os demais e multiplica o número de notícias sobre países em desenvolvimento disponíveis para agências e mídias nos demais lugares. Entretanto, não tem papel a desempenhar para diminuir a dependência dos países em desenvolvimento das grandes agências para notícias de fora do Terceiro Mundo. (grifo meu)⁷⁵

A pauta das coberturas do *pool* também era um fator de diferenciação. Em análise de conteúdo realizada sobre despachos distribuídos pelo NANAP em comparação com a produção das então duas grandes agências norte-americanas em janeiro e fevereiro de 1983 (posterior, portanto, ao período de concentração desta dissertação), Kirat e Weaver (1985; 35) detectaram que:

- o NANAP fornecia significativamente mais matérias de notícias internacionais que os serviços tanto da AP quanto da UPI, e 84% das matérias do NANAP eram sobre países menos desenvolvidos, em contraste com pouco mais da metade na AP e UPI;
- as matérias internacionais do NANAP tinham, em média, cerca de dois terços do tamanho daquelas da AP e da UPI;

⁷⁴ Entrevista ao autor, pessoalmente; 2008.

⁷⁵ JAKUBOWICZ, op.cit., p87.

- o NANAP fornecia mais matérias orientadas para questões e processos do que acontecimentos e fatos em comparação à AP e à UPI; na pesquisa, as porcentagens de notícias focadas mais em questões que em factualidade foram de 6% para a UPI, 18% para a AP e 25% para o *pool* não-alinhado;
- o NANAP também se concentrava menos em crises na cobertura em geral, tanto sobre o Terceiro Mundo quanto sobre o Primeiro: registrou 10% e 0% das matérias, respectivamente, enquanto as respectivas porcentagens da AP foram 40% e 40%, e da UPI foram 30% e 30%;
- o NANAP distribuía matérias tão concentradas nos personagens de elite ou das esferas de poder – políticos, diplomatas, empresários, clérigos – quanto as da AP e da UPI;
- o NANAP era mais forte na cobertura da América Latina e do Oriente Médio que a AP e a UPI, mas nivelado com a AP na Ásia e significativamente menor que AP e UPI na Europa Ocidental, Leste Europeu, América do Norte e até mesmo na África.

O terceiro item da pesquisa de Kirat e Weaver, particularmente, confirma um dos objetivos para os quais o consórcio foi pensado e criado, e que mais tarde seria consolidado no Relatório MacBride (UNESCO, 1983; 261): a atenção maior a “processos inteiros” e não só a “acontecimentos” como uma ampliação do “conceito de notícia” nos países em desenvolvimento. No entanto, a porcentagem ainda estava aquém da meta proposta e esperada pelos não-alinhados.

Na reunião do Comitê em Jacarta, na Indonésia, de 3 a 5 de abril de 1978, o órgão passou em revista as atividades do NANAP até então e verificou que “45 agências tinham fechado acordos bilaterais de intercâmbio sob os auspícios do *pool*” (idem, 1983; 26-27) – ou seja, ainda definiam autonomamente com quais congêneres trocariam material, sem submeter-se a um intercâmbio centralizado gerenciado pelo consórcio. Na mesma ocasião, o Comitê “estabeleceu os critérios para a seleção das notícias do *pool*” (idem; *ibidem*).

Foi decidido que as notícias do *pool* devem ressaltar os esforços dos países em desenvolvimento para melhorar a qualidade de vida de seus povos. Também devem promover os objetivos do Movimento Não-Alinhado, como a paz mundial. Os membros concordaram que as notícias do *pool* devem passar pelo mais rígido escrutínio com relação a conteúdo e estilo. Para tal, as matérias devem atender a critérios de veracidade, imparcialidade, objetividade, equilíbrio, precisão,

abrangência e temporalidade. Suas fontes também devem estar adequadamente atribuídas para adquirir autenticidade.⁷⁶

A deliberação enfatizava ainda que “o conteúdo e o tom” das matérias distribuídas entre as agências do NANAP “não deveriam envolver propaganda política ou propagar visões enviesadas sobre questões relativas aos estados não-alinhados”. Com isto, o Comitê orientava expressamente que o *pool* não deveria ser utilizado pelos governos para praticar exaltações, evocações, louvações, cultos à personalidade, “assessoria de imprensa” das respectivas administrações e outras formas de propaganda.

Em 1979, o Comitê Coordenador realizou uma oficina entre os jornalistas do *pool*, em que foram feitas sugestões à cobertura praticada. Os profissionais pediram que se adotasse um “manual de redação” comum, que as matérias fossem mais objetivas e bem fundamentadas, e que fossem incluídas as coberturas de esportes, cultura e matérias de “interesse humano” – de forma a aumentar o interesse editorial pelo conteúdo gerado pelo consórcio. Na documentação consultada, não se encontrou nenhuma evidência de que as recomendações tenham sido seguidas.

3.6. Equipamento e treinamento de jornalistas

O segundo elemento fundador do NANAP era a capacitação de jornalistas em países do Terceiro Mundo, especificamente na modalidade profissional do jornalismo de agências (com suas especificidades em relação à rotina de produção da notícia, de redação, de edição, de procedimentos de transmissão etc.). A assistência das agências-membros mais avançadas neste campo àquelas mais incipientes (como era o caso da maioria das agências da África) foi prevista já no projeto inicial do *pool* e confirmada no estatuto, sob o título V. Já no primeiro ano de operação, foi preparada uma ementa pelos representantes da Índia para “conferir uniformidade” aos cursos, sendo permitidas modificações locais para adaptação às respectivas realidades (CC-NANAP, 1983; 28).

O principal problema, entretanto, era o fato de os países do Terceiro Mundo (muitos dos quais eram, além de pobres, recém-criados) não terem recursos para fundar e manter a operação de uma agência de notícias permanente, o que à época – cerca de 20 anos antes da disseminação comercial da Internet – envolvia custos de transmissão por Telex ou satélite, tarifas de uso de linhas telefônicas e de correios, aquisição e manutenção de equipamentos de telecomunicações, além do custeio do trabalho

⁷⁶ Comitê Coordenador do *Pool* de Agências de Notícias Não-Alinhadas. op.cit. 1983, p.27

jornalístico em si. Além da falta de dinheiro, a ausência de transferência de tecnologia também impedia os países do Terceiro Mundo de ter acesso aos dispositivos já disponíveis, como os satélites. Salinas (1984; 404) lembra que, assim como a Inglaterra praticamente monopolizara a rede de cabos telegráficos submarinos no século XIX, “a maioria das aplicações dos satélites para comunicações é controlada por EUA, União Soviética, Japão, Inglaterra, França e Alemanha Ocidental”. E as agências de notícias, fossem globais ou nacionais, dependiam das operadoras destas infraestruturas (os *carriers*) para transmitir seus serviços – tarefa muito mais difícil de custear para as agências de países em desenvolvimento (idem; 405).

Com efeito, o NAM identificou que “os países não-alinhados e em desenvolvimento não estavam aptos a esforços individuais e mudanças na direção dos fluxos internacionais de informação” (RADOJKOVIĆ, 1987; 222) e, por isso, necessitavam de ajuda dos países mais avançados neste quesito.

Apesar de desenvolverem rapidamente seus sistemas de informação e comunicação, cerca de 20 desses países fracassaram em lançar suas próprias agências de notícias. Por serem relativamente tardios, só começaram a se engajar em comunicação internacional recentemente. Geralmente, as agências são iniciadas com o uso de ajuda da UNESCO. Foi este o caso do Peru em 1975; a Nicarágua e as Seicheles só estabeleceram agências em 1979, e para o mesmo propósito receberam assistência internacional a Mauritânia, Maurício e Malta. Às vezes, as agências são criadas a partir da ajuda bilateral de países não-alinhados. A Tanjug, por exemplo, ajudou a criar agências de notícias em Moçambique, na Guiné-Bissau e no Zimbábue.⁷⁷

Ponto-chave da cooperação técnica era a assistência com a aquisição de equipamentos essenciais para o funcionamento de uma agência de notícias. Transmissores e receptores de Telex, fax, radiofoto, teletipo e sinais de satélite estavam entre os mais caros de que uma empresa do tipo necessitaria, e nem sempre a tecnologia mais disseminada (e, portanto, mais barata) era disponível para países subdesenvolvidos, graças à falta de infraestrutura local de telecomunicações. Em muitas das nações descolonizadas, só havia antenas, cabos e torres nos lugares e posições que atendessem à demanda dos administradores coloniais ou das empresas das respectivas metrópoles, não às necessidades do desenvolvimento geral do país. Por este motivo, algumas agências eram forçadas a utilizar tecnologia obsoleta ou encarecida.

Como evidência disto: no anexo ao acordo de cooperação entre a Tanjug e a BSS (Bangladesh Sangbad Sangstha), de 18 de agosto de 1982, a agência iugoslava se

⁷⁷ RADOJKOVIĆ, op.cit., p.222

comprometia a enviar um receptor Collins 51-S1 (da década de 1950), um conversor Northern, uma *teleprinter* Siemens T100 (desenvolvida em 1958) e uma antena, sob a condição de serem usados para “captar o serviço em inglês da Tanjug e o boletim em inglês do *Pool*”.

Logicamente, não bastavam a infraestrutura técnica e os recursos financeiros para que as agências recém-nascidas andassem com as próprias pernas. Era preciso também a formação de quadros profissionais, o que era muitas vezes inexistente ou insuficiente na realidade de países que saíam de séculos de dominação estrangeira e marginalização do desenvolvimento técnico-científico (vários dos quais haviam enfrentado guerras de libertação). Outros, por questões históricas ou culturais, simplesmente nunca haviam tido imprensa nos cânones ocidentais, para não falar em faculdades de jornalismo.

Reconhecendo a carência de quadros treinados de profissionais como um dos maiores obstáculos ao progresso do *pool*, o Comitê recomendou cursos especializados de seis meses para treinamento de pessoal em jornalismo de agências. Os cursos poderiam começar imediatamente em institutos que tinham as instalações necessárias para este propósito. Os institutos assim identificados foram: o Instituto Indiano de Comunicação de Massas, em Nova Délhi (idioma: inglês); o Centro para Formação em Jornalismo da União de Jornalistas de Cuba, em Havana (idioma: espanhol); o Instituto [Iugoslavo] de Jornalismo, em Belgrado (idiomas: inglês e francês); o Instituto de Jornalismo, em Túnis (idiomas: árabe e francês); e a Faculdade de Informação da Universidade do Cairo (idiomas: árabe, inglês e francês).⁷⁸

No final de 1979, o Instituto Iugoslavo de Jornalismo declarava já ter treinado 108 jornalistas de 48 países diferentes (CC-NANAP, 1983; 204). Entre eles, fora preparado um curso especial em português para 28 jornalistas angolanos da agência Angop, em junho de 1979 (idem; 46). A 2ª Conferência Geral do NANAP reconheceu a liderança da Tanjug e do Instituto Indiano de Comunicação de Massa neste aspecto, ao promover treinamento, realizar cursos e oficinas, e publicar livros e manuais de jornalismo de agências (CC-NANAP, 1983; 207).

3.7. Lobby pró-Terceiro Mundo em organismos multilaterais

Finalmente, o último pé do trinômio de atividades a que o *pool* não-alinhado se pretendia era a ação política em esfera internacional, principalmente por meio de posições conjuntas em organismos multilaterais – como a ONU e suas agências, em

⁷⁸ Comitê Coordenador do *Pool* de Agências de Notícias Não-Alinhadas. op.cit. 1983, pp.27-28

especial a UNESCO – e *lobby* pró-Terceiro Mundo exercido em associações do setor, como a União Internacional de Telecomunicações (UIT) e as diferentes federações regionais e mundiais de imprensa e de agências de notícias.

Logicamente, a rede de telecomunicações mundial, construída com tecnologia desenvolvida sempre nos países industrializados, foi montada e regulada de acordo com os interesses e necessidades dos mercados e governos desses mesmos países, como atividades de transações, logística ou inteligência. “O comércio, as finanças e a indústria transnacional não poderiam existir sem a sofisticada rede internacional de telecomunicações, com seus satélites e computadores”, lembra Salinas (1984; 404).

Os países dependentes, por outro lado, sofrem uma verdadeira “fome” de telecomunicações que, por certo, afeta suas possibilidades de desenvolvimento social e econômico. (...) Em vários países, além disso, as telecomunicações ainda estão em mãos de empresas estrangeiras, e como seus critérios de rentabilidade não se ajustam às necessidades locais, as redes existentes não servem para empreender tarefas genuinamente nacionais.⁷⁹

Mais uma vez, há que se ressaltar que o contexto tecnológico da época do NANAP é anterior à Internet comercial, o que significa um cenário de muito maior dependência em relação à infraestrutura de telecomunicações. Em lugar da figura dos “provedores de acesso”, estavam os *carriers*, muitas vezes empresas de porte colossal, como as PTTs nacionais (empresas de correios e telégrafos) e as administradoras da rede Telex, como a Western Union e a AT&T. Para as agências de notícias de países africanos, asiáticos, oceânicos, caribenhos e latino-americanos, não havia um amplo leque de alternativas para operar: todos os canais estavam controlados, regulados e precificados pelas corporações e Estados do mundo industrializado. Arrendá-los por assinatura mensal, como faziam a Reuters ou a AFP, tinha geralmente custo proibitivo. A ação política conjunta realizada pelo Movimento Não-Alinhado, portanto, era a única forma de realizar pressão efetiva para que as demandas do Sul fossem contempladas.

O cerne deste trabalho de pressão estava na redução de tarifas de telecomunicações para os países pobres, buscando políticas de diferenciação de acordo com as capacidades econômicas dos usuários. O primeiro apelo neste sentido foi feito na conferência de ministros das relações exteriores dos Não-Alinhados, em Lima (Peru), em agosto de 1975 (SALINAS, 1984; 413-414). No ano seguinte, a V Cúpula do NAM

⁷⁹ SALINAS, op.cit., pp.404-405

em Colombo (Sri Lanka) endossou o apelo, por sua vez levando-o para a XIX Conferência Geral da UNESCO, em Nairóbi (Quênia), no final de 1976.

A ata da I Conferência Geral do NANAP, em julho de 1976 em Nova Délhi⁸⁰, reúne propostas sobre o tema feitas pelos delegados dos países-membros, incluindo: “a coleta de informações e dados relacionados às instalações existentes para telecomunicações entre os não-alinhados; a coleta de informações e dados sobre as tarifas existentes entre países não-alinhados; e a sugestão de estruturas de tarifas adequadas e aceitas por todos”. O delegado do Senegal, concretamente, sugeriu a formação de um grupo de trabalho de especialistas em telecomunicações do NANAP para executar tais tarefas, marcando sua primeira reunião para maio de 1977 em Bagdá. Salinas (1984; 421) registra que ela de fato aconteceu, no âmbito de uma série de outras para juntar documentação e convencer a UIT, a UNESCO, os governos das potências e as entidades de empresas de telecomunicações a adotar tarifas com desconto.

O problema geral era que a política de tarifas internacionais de telecomunicações havia sido desenhada para atender aos interesses dos grandes clientes – justamente por serem eles, por meio das entidades representativas do setor, como o International Press Telecommunications Committee, os “reguladores” junto à UIT. Em documento final de reunião da UIT e desta entidade (sem data) que fixou princípios da política tarifária do setor, obtido no arquivo da Tanjug, consta, sob o “princípio 12 (*Tariff Principles*)” do capítulo III, que a cobrança da taxa seria baseada em uma taxa fixa (*flat rate*), considerando somente o *tempo de utilização* e a *distância da conexão*, e não o *volume de tráfego* utilizado. Isto significava, na prática, que uma agência transnacional do porte da Reuters, enviando um volume de despachos na ordem de milhares por dia, estava obrigada a pagar a mesma tarifa que uma agência de um país africano que não ultrapassasse a média de dez despachos diários.

Por serem clientes constantes, as agências transnacionais já contavam com um desconto no uso dos canais de télégrafo (mas não de telefone nem Telex): o chamado PBS (Press Bulletin Service), uma tarifa especial até 60% abaixo do valor regular, concedida em cerca de 50 países (SALINAS, 1984; 410-411). O problema, no entanto, era que tal desconto não era regulado pela UIT, mas sim dado de forma voluntária por cada país, e o valor final ainda ficava muito acima daquilo com que as agências de países pobres poderiam arcar (*idem*).

⁸⁰ original obtido nos arquivos da Tanjug.

O *lobby* do NANAP foi um dos fatores que contribuíram para a criação do Development Press Bulletin Service (DPBS), uma tabela de tarifas de telecomunicações especiais para agências de países em desenvolvimento (SALINAS, 1984; 406). Entretanto, como a fixação de tarifas era (antes da liberalização do comércio mundial) assunto soberano de cada Estado, a baixa adesão de governos nacionais (excetuando Sri Lanka e Costa Rica, que fixaram tarifas de US\$ 200 mensais para agências de países em desenvolvimento) impediu que a iniciativa tivesse pleno êxito.

Infelizmente, a despeito da conscientização de que a redução mútua de tarifas é o único modo de promover o rápido desenvolvimento e o funcionamento eficiente do *Pool*, nenhum passo concreto foi tomado para implementar as decisões do Comitê Coordenador e de outras organizações. Mas a necessidade de reduzir custos é imperativa. De fato, a não ser que seja imediatamente implementada, o Terceiro Mundo estará permanentemente condenado a uma existência de segunda classe nas esferas vitais da informação e comunicação. Uma deficiência nesses campos resultará num fracasso ainda maior: o estabelecimento de uma Nova Ordem Econômica Internacional, baseada na justiça e na igualdade, que foi a própria razão de ser para o estabelecimento do Pool das Agências de Notícias dos Países Não-Alinhados.⁸¹

3.8. Limites, problemas e o longo ocaso do NANAP

Se “fracasso” era a palavra já usada pelo próprio Comitê Coordenador do *pool* em sua documentação de 1983, o tom de diversos observadores contemporâneos à iniciativa era ainda mais pessimista. Uma das primeiras críticas ao projeto do NANAP partiu do campo das corporações transnacionais de mídia (grupos europeus ocidentais e norte-americanos) e de seus respectivos Estados, defensores da lógica de livre mercado no setor da comunicação (incorporada na ideologia do “livre-fluxo”). Para eles, segundo Radojković (1987; 222), a política terceiro-mundista de associação entre agências, em lugar dos contratos de exclusividade com as Quatro Grandes, criava “reservas de mercado” e um “protecionismo” na circulação de informação.

Isto, em alguns casos, levou a reações iradas, como se estivessem impedindo qualquer um, exceto as agências nacionais, de coletar e distribuir informações até as fronteiras nacionais. O protecionismo não era um bom caminho, porque, a despeito do isolamento comunicacional, criava trampolins para novos ataques na luta legítima por uma nova ordem mundial da informação.⁸²

Pfister (1999) registra ainda como o volume de produção de conteúdo do *pool* sempre representou uma fração daquele gerado pelas agências transnacionais (Quadro

⁸¹ CC-NANAP, op.cit., p.50

⁸² RADOJKOVIĆ, 1987; p.222

XVI). Desde o início, porém, os fundadores do NANAP ressaltavam que a meta final era promover uma mudança qualitativa no fluxo internacional de notícias, não apenas quantitativa. Jakubowicz (1985; 88) aponta que isto envolveria “uma ruptura com práticas jornalísticas de notícias factuais, jornalismo de crise, ‘síndrome da notícia ruim’, abordagem *hard news*” e outros modelos que, para os terceiro-mundistas, eram os grandes responsáveis pela imagem “distorcida” dos países subdesenvolvidos na mídia ocidental.

Quadro XVI. Média de produção das agências transnacionais de notícias			
Agência	Palavras por dia		
	c.1976-1978	c.1986-1987	
AP	17.000.000	17.000.000	17.000.000
UPI	11.000.000	14.000.000	14.000.000
AFP	3.350.000	3.000.000	3.000.000
Reuters	1.500.000	1.500.000	1.500.000
TASS	2.500.000	4.000.000	4.000.000
IPS	100.000	150.000	150.000
NANAP	40.000	100.000	100.000
PANA (Pan-African News Agency)	--	20.000	20.000

fonte: reproduzido de PFISTER, 1999; 95.

Kirat e Weaver (1985; 32), citando a análise de conteúdo de Pinch (1977) sobre os despachos distribuídos pelo NANAP, afirmam que “cerca de metade das matérias eram sobre o desenvolvimento do Terceiro Mundo, mas apenas um quinto tinham qualidade suficiente para terem alto potencial noticioso para serem aproveitadas em países desenvolvidos”. Embora não definam os critérios para a mensuração da “qualidade”, os autores tomam por referencial os cânones jornalísticos da mídia privada (comercial) ocidental, reconhecendo que estes não necessariamente coadunavam com os princípios do “jornalismo de desenvolvimento” seguidos por várias das agências participantes do *pool*.

Contrariamente às alegações de alguns defensores do NANAP, entretanto, havia a falta de embasamento interpretativo, reportagem investigativa, e material de contextualização nas matérias do NANAP que estudamos. Ainda que os valores-notícia dos participantes do NANAP pareçam ser diferentes daqueles das agências de notícias norte-americanas, a qualidade do jornalismo das agências não-alinhadas é, em vários aspectos, inferior àquela da AP e da UPI.⁸³

Como justificativa para esta asserção, Kirat e Weaver mencionam “vários erros de ortografia e frases truncadas encontradas nas matérias do NANAP, bem como falta de embasamento contextual e explicação” (idem).

Além disto, não é claro quanto uso se faz das matérias do NANAP na imprensa dos países em desenvolvimento. Em estudo anterior das notícias de desenvolvimento em um jornal diário saudita (*El-Jazira*), o primeiro autor não localizou sequer uma matéria do *Pool* de Agências

⁸³ KIRAT & WEAVER, 1985; p. 46.

dos Não-Alinhados. Se os próprios países em desenvolvimento não utilizam as notícias do NANAP, parece improvável que os norte-americanos ou os franceses ou outros países mais desenvolvidos vão utilizá-las.⁸⁴

Por outro lado, o *pool* se revelou fraco até mesmo para cobrir questões altamente relevantes ao seu próprio funcionamento. Na reunião do Comitê Coordenador em Kinshasa (Congo, então Zaire), em março de 1979, o presidente do órgão, D. R. Mankekar, queixou-se da cobertura das agências do NANAP sobre a Conferência Geral da UNESCO de Paris, em 1978, que aprovou a Declaração sobre a Mídia, a importância da NOMIC e o conceito de “fluxo livre e equilibrado de informações”.

Um relatório da AFP endereçado para a direção da Tanjug, datado de 15 de outubro de 1978 e assinado por Oleg Medard (remetente do Serviço de Formação Profissional da agência francesa), critica duramente o serviço fornecido pelo NANAP, apontando uma série de problemas⁸⁵. Antes de tudo, queixa-se da qualidade da tradução, pedindo revisão nos textos, sugerindo que fossem adotados “carnês de vocabulário” (para evitar erros nas traduções de termos mais comuns do noticiários) e recomendando que colaboradores do *pool* fossem levados para oficinas na sede da AFP em Paris.

A maioria das recomendações, enfatiza o documento, tem como referência as normas e procedimentos exercidos na prática da própria AFP – ou seja, era sugerido que o modelo canônico das agências transnacionais fosse adotado pelas agências não-alinhadas.

O polonês Jakubowicz (1985), escrevendo cinco anos depois da aprovação do Relatório MacBride e do ponto de inflexão na trajetória do *pool* (mas ainda contemporâneo ao seu período ativo), faz uma análise severa e com empáfia sobre os entraves à integração do NANAP e outras iniciativas de cooperação Sul-Sul em comunicação ao sistema internacional de informação. Segundo ele, o problema maior era o excesso de “politização” das agências participantes, muitas delas estatais sob controle estrito dos governos (como departamentos de ministérios da informação ou mesmo órgãos subordinados diretamente à presidência), o que se refletia no texto. Para o autor, “a predominância de considerações políticas não contribui para um bom jornalismo, seja na mídia nacional ou em agências de notícias e esquemas de cooperação de agências” (JAKUBOWICZ, 1985; 90).

⁸⁴ KIRAT & WEAVER, 1985; p. 46.

⁸⁵ A crítica da AFP teve como base anotações feitas somente sobre os despachos em francês fornecidos pelo serviço do NANAP entre 12 de setembro e 6 de outubro de 1978.

O “estatismo excessivo” do NANAP na prática, contrastando com a proposta autogestionária de sua origem, também foi criticado por Boyd-Barrett, e apontado como um dos entraves para seu deslanche completo. De acordo com o autor, assim como a maioria das iniciativas pós-1945 do Terceiro Mundo para reduzir a dependência das Quatro Grandes, “o *Pool* é claramente limitado por seu caráter intergovernamental, com suas implicações de fragilidade política em instâncias de tensão e conflitos, e a sensibilidade dos governos com o que for transmitido e redistribuído” (BOYD-BARRETT, 1980; 215).

Conquanto todos os mecanismos descritos acima impeçam e subvertam o objetivo declarado do Terceiro Mundo de introduzir uma nova ordem internacional da comunicação, os esquemas de cooperação de notícias terão pouca chance de fazer diferença real nos fluxos internacionais de informação. Isto é uma pena, porque as queixas do Terceiro Mundo contra a velha ordem são na maioria bem-fundamentadas, e sua iniciativa de reformá-la são parte de um esforço histórico mais amplo para mudar a natureza e suas relações com o ocidente nas esferas cultural, política e econômica. Uma luta contra a velha ordem comunicacional é um aspecto da luta contra o neocolonialismo cultural que ajuda a perpetuar o neocolonialismo político e econômico. (...) Entretanto, no momento presente, esforços no campo da informação ainda são um tanto quanto ineficazes.⁸⁶

Ao longo de sua trajetória, as agências constituintes do NANAP realizaram seis conferências gerais, reunindo delegados de todas as participantes (cujo número chegou a 87, no auge; CC-NANAP, 1983; 73). A última reunião do Comitê Coordenador no período analisado ocorreu nos dias 19 e 20 de novembro de 1979, em Belgrado, às vésperas da segunda conferência geral. Depois de conclusões e declarações laudatórias sobre o papel “crescente” do *pool* em disseminar informações sobre os países subdesenvolvidos e em “desenvolver a comunicação no mundo como um todo”, o órgão deixou clara sua rejeição à idéia de cooperar com a criação de uma gigantesca agência de notícias multinacional e unificada (CC-NANAP, 1983; 30). Este aspecto, embora quase escondido entre loas do documento final, traz à tona um aspecto importantíssimo da ação política do *pool*: sua inata descentralização e seu repúdio à sujeição das agências de notícias nacionais a uma entidade supranacional. A atitude é bem ilustrada pela posição expressada pela agência anfitriã do evento, a Tanjug, documentada no relatório final da reunião:

O delegado iugoslavo também declarou que a Tanjug foi convidada para as reuniões sobre a agência multinacional mas se recusou a

⁸⁶ Jakubowicz, op.cit., p.91

comparecer, abordando o assunto como uma questão de princípios. Ele disse que a Tanjug não poderia aceitar a idéia de uma agência supranacional que não seja baseada no princípio da cooperação entre os não alinhados.⁸⁷ (grifo meu)

De 1976 em diante, outras agências assumiram o papel de “centros redistribuidores” do NANAP, como a iraquiana INA, a tunisiana TAP, a marroquina MAP e a indonésia Antara. Mas tanto o maior volume de notícias enviadas quanto o maior número de profissionais envolvidos continuava sendo da agência iugoslava. Com a morte de Tito, em 1980 (poucos meses antes da conferência da UNESCO em Belgrado), as direções políticas na Iugoslávia mudaram e o incentivo da Tanjug à colaboração terceiro-mundista arrefeceu.

Assim como as demais empresas da Iugoslávia, a Tanjug enfrentou forte crise financeira na segunda metade dos anos 1980. Conseqüentemente, começou a haver problemas de pagamentos e dívidas, como aquela com a IPS. Enquanto um memorando de Pero Ivačić ao diretor da DPA em 1978 elogiava a relação regular e adimplente entre os departamentos comerciais das duas agências, uma carta de 26 de julho de 1991 do diretor da AFP para Europa e África, René Flipo, se queixava do “grave problema do recebimento de pagamentos devidos por parte da Tanjug à AFP, tanto pelas mensalidades correspondentes ao serviço geral quanto por diversas prestações de serviços de *carrier* que garantimos à Tanjug”.

Em 25 de novembro de 1992, outra correspondência começava assim: “Caro senhor: a situação das relações comerciais entre nossas duas agências me leva a escrever-lhe esta missiva para tentar buscar uma solução para o problema criado pela existência de uma dívida muito alta da Tanjug com a AFP”. Na mesma carta, a agência francesa dizia que a Tanjug em breve deveria, em valores corrigidos a 31/12/1992, um total de 720.000 francos franceses referentes aos anos de 1991 e 1992.

Mas o grande ponto de inflexão na trajetória do NANAP, marcando o fim do seu auge e o início de uma decadência que levaria mais de duas décadas, se deu no ano de 1980, quando ocorreram três fatos que convergiram para desarticular o *pool* e conduzir à sua estagnação: a morte de Tito, o início da guerra Irã-Iraque e a conferência da UNESCO que aprovou o Relatório MacBride.

Apesar de na Iugoslávia não existir sequer uma fração do culto à personalidade promovido pelos ditadores de seus vizinhos socialistas, havia ainda assim uma forte

⁸⁷ CC-NANAP, op.cit. p.197

dose de personalismo no regime que concentrava no carismático marechal toda a liderança e o cerne do pacto ideológico plurinacional que mantinha o país unido. Tito, de origem croata, soube manter apaziguadas as etnias da federação (sérvios, croatas, eslovenos, macedônios, albaneses e os eslavos muçulmanos da Bósnia) e garantir igualdades de condições e pleno acesso de todas elas ao trabalho, à educação e ao poder. É notável, por exemplo, que em seu politburo inicial houvesse o esloveno Kardelj, o montenegrino Đilas e o judeu sérvio Pijade. A convivência e a miscigenação promovidas pelo regime foram fator decisivo na criação do amplo *savoir-faire* iugoslavo em tradução, como já mencionado. No entanto, Tito não quis ou não pôde preparar e identificar com clareza um sucessor, o que deixou um vazio de liderança após sua morte⁸⁸. O sistema de rodízio entre as seis repúblicas e duas províncias na presidência federal foi idealizado para durar *ad aeternum*, mas o que ocorreu logo em seguida foi uma disputa e desconfiança mútua entre as lideranças regionais do Partido, o que por sua vez possibilitou a ascensão de elementos nacionalistas e anticomunistas em cada unidade federativa⁸⁹. Já em 1981, albaneses do Kosovo protestaram por mais autonomia, e desde então as tensões só aumentaram até culminarem nas trágicas guerras civis dos anos 1990 (SOARES, 1999).

Assim, o Movimento Não-Alinhado perdeu o último de seus fundadores e então o principal expoente (Nehru, Nasser e Sukarno já estavam mortos por essa época) e a *nomenklatura* de primeiro escalão que entrou no lugar trocou os ocupantes de vários postos de confiança. A Tanjug, especificamente, perdeu a direção política, administrativa e editorial que privilegiava o trabalho coordenado com as outras agências dos países-membros. Pero Ivačić, que co-idealizara e organizara diretamente a cooperação, foi destituído e substituído por Aleksandar Bakočević, ex-chefe do serviço de imprensa do Exército, e mais tarde por seu editor-chefe Šaranović – que, embora colaborador próximo, reordenou a lista de prioridades da agência e deixou a política de cooperação em segundo plano.

A deflagração da guerra entre Irã e Iraque, que duraria até 1988, foi outro desestabilizador da cooperação no NANAP. Na medida em que tanto a INA iraquiana

⁸⁸ A morte do Marechal Tito foi um processo anunciado que durou cerca de cinco meses, desde a internação no Hospital das Clínicas de Ljubljana com um quadro de trombose, em janeiro de 1980, até o falecimento, em 4 de maio. Houve tempo de sobra para a preparação de um longo funeral, em que seu corpo atravessou todas as oito capitais do país até ser sepultado em Belgrado, onde os restos continuam até hoje. Os preparativos para a conferência da UNESCO na cidade, apenas seis meses depois, já estavam em curso.

⁸⁹ Como Franjo Tuđman na Croácia, Alija Izetbegović na Bósnia e Slobodan Milošević na Sérvia.

quanto a IRNA iraniana⁹⁰ eram agências de notícias estatais, submetidas diretamente aos governos (autoritários) de seus países, ambas passaram a divulgar informações estrategicamente interessantes e afinadas com a propaganda de guerra. Os despachos começaram a ser conflitantes e era obrigação dos centros de distribuição passá-los adiante, sem alterar o conteúdo, pelos termos do estatuto. Ora, um destes centros era Bagdá, o que forçaria a divulgar a versão dos fatos vinda do lado inimigo, e evidentemente os editores iraquianos não estavam em condições de seguir esta orientação. Este conflito, um entre vários que se seguiriam, contribuiu para minar a credibilidade do *pool* como fonte confiável.

Finalmente, o descarrilho mais importante para o NANAP naquele ano foi de natureza política: a conferência trienal da UNESCO (portanto, no âmbito da ONU), em que seria apresentado, debatido e votado o relatório final da Comissão para a Investigação dos Problemas da Comunicação (Comissão MacBride), foi marcada para novembro em Belgrado. A capital iugoslava foi escolhida, logicamente, em reconhecimento à liderança do país no campo da comunicação internacional (assim como Túnis seria, em 2005, sede da segunda parte da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação, ainda em virtude do trabalho de Masmoudi), uma evidência de que as ações da Tanjug junto ao NANAP eram relevantes.

O relatório não foi votado, mas aprovado por aclamação. Os defensores da NOMIC sublinharam isso como sinal de unanimidade. Já os opositores utilizaram a distinção para contestar sua legitimidade. A adoção, por uma agência das Nações Unidas, de um relatório que propunha mudanças fundamentais na ordem comunicativa internacional, significava que o fórum multilateral mais autorizado do planeta corroborava a demanda pela NOMIC. Por outro lado, no mesmo movimento, isto significava transferir o debate inteiro e – mais importantemente – as iniciativas práticas tomadas para materializá-la do âmbito do NAM (como organização representativa dos países em desenvolvimento) para a esfera da ONU, onde a correlação de poder era muito distinta e incluía as grandes potências e seus satélites. Na prática, foi um golpe de morte para o NANAP. As ações de treinamento, equipamento e capacitação previstas no estatuto do *pool*, por exemplo, ficaram subpostas pelo novo Programa Internacional de Desenvolvimento da Comunicação (IPDC, em inglês), aprovado na mesma conferência

⁹⁰ A IRNA seria criada apenas no ano seguinte. Em 1979, a Revolução Islâmica liderada pelo Aiatolá Khomeíni instaurara um estado teocrático na antiga Pérsia. Até então, durante a monarquia dos xás, a agência iraniana era a Pars News Agency (PANA).

e criado exatamente com este propósito. O intercâmbio direto de notícias, em outro exemplo, passou a ser recomendação prevista no relatório para todos os países, não apenas os membros do NAM. Em outras palavras, o NANAP nominalmente perdeu o que justificava sua razão de ser: a falta de alternativas pragmáticas para criar e sustentar canais de comunicação Sul-Sul.

Naquele momento, a euforia com o que pareceu uma vitória precoce contaminou o campo pró-NOMIC e, como é comum na história das tendências críticas, desmobilizou a luta.

A “transferência de responsabilidades” foi praticamente oficializada em agosto de 1985, com um “acordo de cooperação” assinado entre o NANAP e a UNESCO, em que esta assumia a tarefa de “colaborar e ajudar, dentro dos limites dos recursos disponíveis” a instalar uma “rede de comunicações integrada” e “centros regionais de dados e comunicação”, e organizar “cursinhos (...) para familiarizar as agências de notícias dos países em desenvolvimento com as técnicas modernas correspondentes”, entre outras.

O problema era que a ONU jamais fora um âmbito independente das potências – muito pelo contrário: dependia e depende destas inclusive financeiramente, a partir dos recursos depositados pelos membros associados a cada órgão. Assim, um país pode ser membro do UNICEF (Fundo das Nações Unidas para as Crianças) e da FAO (Organização de Alimentação e Agricultura), mas não da OMS (Organização Mundial da Saúde), comprometendo-se com aportes em dinheiro somente para aquelas das quais participa, em proporção com sua força econômica. Ora, a saída de um país do porte dos EUA ou do Reino Unido significa um corte de verbas brutal para qualquer das agências, e foi exatamente o que ocorreu na UNESCO após a adoção do Relatório MacBride. Ambos os países se retiraram da agência, levando junto dois terços de seu orçamento. Isto retirou os fundos necessários para implementar as ações do IPDC, entre outros órgãos, e provocou a interrupção de apoio a outras iniciativas de “contra-fluxos”, por receio de retaliação. O veto das potências capitalistas à NOMIC estava claro e a partir dali poucos organismos internacionais quiseram arriscar-se a contrariar tal decisão. Em meados da década de 1980, já não se falava mais em Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação. E o *pool* não-alinhado começara a degingolar.

Documentos resgatados nos arquivos da Tanjug comprovam que houve um último encontro Comitê Coordenador do *pool* em Belgrado nos dias 14 e 15 de setembro de 2000, no apagar das luzes do governo de Milošević (que seria derrubado no mês seguinte). No encontro, todos os representantes das agências participantes do CC

evocaram a necessidade de reativar o *pool* e ampliar o intercâmbio e as atividades de capacitação, dadas as mudanças no contexto global (especialmente a unipolaridade político-militar, a multipolaridade econômica e a massificação das novas tecnologias de comunicação e informação). Entretanto, tal encontro foi na verdade a pá de cal da cooperação não-alinhada em comunicação. Nele, foi muito pedida a convocação da VII Conferência, que acabou nunca ocorrendo. O fim definitivo da Iugoslávia, logo em seguida, deixaria um vazio de liderança no movimento e retiraria os últimos apoios à concretização prática, institucionalizada, dos objetivos da NOMIC.

Já em meados dos anos 1990, nenhuma das agências participantes se preocupava mais em republicar nem alimentar o sistema do *pool*. A presidência do Comitê Coordenador, depois de passar anos sob a iraniana IRNA, recaíra sobre a agência da Malásia, Bernama, e não houve mais rotatividade.

A morte oficial do NANAP só seria decretada em novembro de 2005, quando a Bernama, ao sediar uma nova reunião dos ministros da informação do NAM em Kuala Lumpur, propôs a criação de uma "Rede Não-Alinhada de Notícias" (NNN, ou *Nonaligned News Network*) que integrasse não só agências, mas TV, rádio, Internet e mídia impressa dos países-membros (evidenciando uma adesão à convergência de mídias). O NNN substituiria o NANAP e, ao mesmo tempo, retomaria suas bandeiras, reavivando a proposta de um sistema de informações Sul-Sul que rivalizasse com a mídia hegemônica (neste caso, não mais a Reuters, AP e AFP, mas presumivelmente a CNN e a TV Al-Jazira).

No entanto, poucos anos depois, o NNN se revelaria não mais que um site na Internet⁹¹ contendo republicação atrasada e irregular de despachos de algumas agências no NAM. O vácuo do NANAP permaneceria sem ser preenchido. E, assim, sem honras fúnebres, sem exéquias, sem epitáfio, uma história de 30 anos de cooperação Sul-Sul em comunicação chegava ao fim.

⁹¹ <http://www.namnewsnetwork.org>

CAPÍTULO IV

**COMUNICAÇÃO SUL-SUL,
ESPAÇO E REDES**

A experiência do NANAP foi, certamente, uma das mais bem-sucedidas no campo da cooperação Sul-Sul em comunicação. Embora não tenha alcançado seus objetivos plenamente, inovou em vários aspectos em relação a tentativas anteriores e mostrou caminhos a serem seguidos por iniciativas subseqüentes. De concreto, estabeleceu parâmetros para a realização da comunicação Sul-Sul, em canais e fluxos independentes das estruturas de circulação da informação (privadas ou estatais) dos países desenvolvidos, especialmente das grandes agências. Em seus cinco anos de funcionamento eficaz, o *pool* não-alinhado mostrou que as soluções para a demanda terceiro-mundista por novos sistemas de informação internacional deveriam ser baratas, flexíveis e, necessariamente, descentralizadas.

As chamadas redes telemáticas (dos anos 1960 até os 1990), depois digitais, pareciam atender tecnologicamente a estes pré-requisitos, sendo já no Relatório MacBride consideradas essenciais para resolver o problema das desigualdades na comunicação internacional. Mas o passar dos anos demonstrou que, apesar da mudança do paradigma tecnológico e econômico (com a globalização política, econômica e cultural, a convergência de mídias, a digitalização dos processos comunicativos e a “universalização” da doutrina do livre-mercado), as demandas pela NOMIC continuam tão atuais quanto três décadas atrás. A concentração de tecnologias de banda larga e apetrechos de convergência multimídia e multiplataformas (de *smartphones* ao *iPad*) nos mesmos países desenvolvidos de antes, por exemplo, permaneceu, mantendo a brecha comunicacional nas mesmas fronteiras da Guerra Fria.

Cedo nas explorações sobre as razões dos desequilíbrios nos fluxos de informação entre Norte e Sul, os trabalhos tiveram de enfrentar o problema teórico do desenvolvimento desigual, o que por sua vez remetia ao conceito de “espaço” dentro dos estudos marxianos da produção capitalista. Importando para o campo um conceito próprio da geografia, determinados pesquisadores acabaram desenvolvendo um novo setor de estudos: as geografias da comunicação, preocupadas – entre diversos outros aspectos – com a distribuição espacial dos processos comunicativos.

As práticas mais recentes de aplicação descentralizada das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs), tais como as plataformas “colaborativas”, as mídias de “conteúdo gerado pelo usuário”, as erroneamente denominadas “mídias sociais” e os conceitos de “jornalismo cidadão”, “jornalismo participativo” e “jornalismo colaborativo” (todos relacionados, mas de forma alguma sinônimos) oferecem saídas para o problema que em muito se coadunam com aquelas sugeridas pelo NANAP, três décadas antes.

Neste último capítulo, serão destacados os aspectos da experiência não-alinhada para as iniciativas presentes e futuras no campo da comunicação Sul-Sul, considerando a cooperação entre os países em desenvolvimento, as práticas de circulação da informação em redes e a categoria teórica de espaço como eixos fundamentais para compreender a complexidade do problema.

4.1. Cooperação Sul-Sul em comunicação

No campo de estudo das relações internacionais, o conceito de cooperação Sul-Sul é tratado como estratégia específica para o desenvolvimento e uma opção política feita por governos de países pobres. Como fenômeno, foi identificado justamente pela observação das ações e políticas promovidas pelo Movimento Não-Alinhado nos anos 1960 e 1970. No Brasil, o tema voltou a estar em voga com a orientação de política externa adotada a partir de 2003, sob o governo Lula.

Um problema central dos estudos sobre relações Sul-Sul é a extrema diversidade dos países que compõem o conjunto do “Terceiro Mundo” ou “Sul global”. Tanto por razões históricas quanto geográficas, culturais e econômicas, as nações em desenvolvimento apresentam diferenças elementares nos aspectos lingüísticos, religiosos, de valores sociais, morais e jurídicos que nem a colonização européia – apesar da tendência à padronização como estratégia de expansão de mercados – conseguiu solapar.

Pinheiro Guimarães (2002; 17) pondera que, apesar das extremas diferenças entre eles, todos os estados periféricos estão sujeitos “ao impacto ininterrupto das idéias, dos costumes e das políticas geradas no centro da sociedade internacional, difundidos pelos meios globais de comunicação”. Como já visto no Capítulo I, a fatia majoritária desse processo contínuo de difusão cabe às agências de notícias.

Ainda assim, e apesar da pretensa e apregoada internacionalização das idéias e das culturas que estaria sendo gerada pelo processo de globalização, seu desconhecimento recíproco, mesmo entre suas elites mais educadas, é quase total quanto a seu cotidiano e, ainda mais, quanto ao conhecimento mais complexo e sofisticado de suas sociedades.⁹²

Para Pinheiro Guimarães (2002; 15), as relações (políticas, comerciais, culturais) Sul-Sul, como um todo, são caracterizadas por um “isolamento recíproco” e “pela fragilidade de seus vínculos políticos e econômicos”. Isto é parcialmente explicado pelas diferenças extremas de caráter cultural, religioso, lingüístico e pelas distâncias físicas, mas também pelas “estreitas relações com certos países” que cada nação subdesenvolvida mantém, em geral com antigas metrópoles coloniais, “resultado da evolução do sistema internacional, conduzida pela dinâmica de seu centro” (idem).

Tais relações centro-periferia costumam se dar de forma estruturalmente assimétrica, em moldes que alguns autores denunciam como “neocoloniais”. Os países centrais, por exemplo, de forma geral restringem a transferência de tecnologia aos da periferia, apenas no nível suficiente para criar hábitos de consumo, mas não a ponto de permitir desenvolvimento tecnológico local. Por tal motivo, as políticas de “modernização” tecnológica no sentido Norte-Sul costumam deixar os países pobres estruturalmente aquém das possibilidades reais, muitas vezes já difundidas e praticadas nos países ricos. Furtado (in LIMA, 2008; 161-162) lembra que, assim como “a industrialização não foi suficiente para alterar a posição marginal dos países periféricos na geração e difusão de tecnologia em escala internacional”, tampouco a digitalização e o “advento do paradigma técnico-econômico apoiado nas tecnologias da informação” bastaram para encerrar a dependência do Sul global – inclusive no campo da comunicação.

Mais recentemente, teorias de relações internacionais pós-Guerra Fria têm dividido os países do antigo Terceiro Mundo em novas classificações segundo diferentes critérios, tais como “potências regionais” e “potências emergentes” (LIMA &

⁹² PINHEIRO GUIMARÃES, 2002; 17.

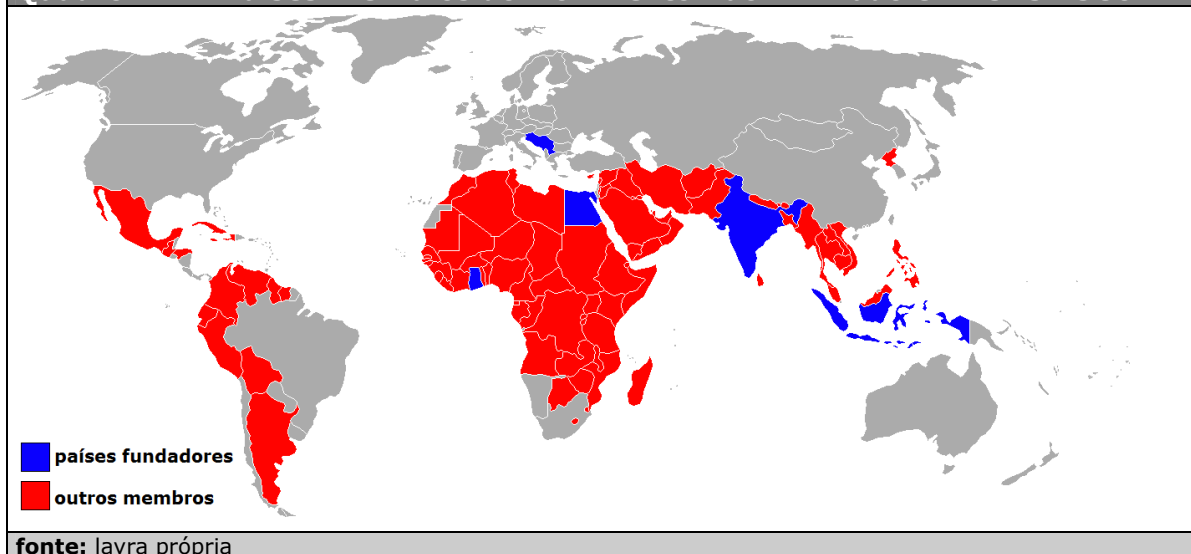
HIRST, 2009; 7), ou países de renda baixa (PRBs) e países de renda média (PRMs) (LIMA, 2008). A estes últimos, também chamados de “países emergentes”, é atribuído um papel de liderança no âmbito dos próprios países em desenvolvimento, identificados sob siglas como BRICs (Brasil, Rússia, Índia e China), IBAS (Índia, Brasil e África do Sul) e o G20 (os cinco anteriores mais os membros do G7 e Arábia Saudita, Argentina, Austrália, Coréia do Sul, Indonésia, México e Turquia).

A novidade neste elenco é exatamente o Brasil, que se mantivera fora não só do Movimento Não-Alinhado durante todo o tempo, mas também do protagonismo nos demais fóruns, como o G77 e o G33. Só muito recentemente, aproveitando o momento de projeção no cenário internacional (tanto por relevância autônoma quanto por papel de liderança junto aos demais países em desenvolvimento), o país começou a voltar os olhos para a cooperação Sul-Sul em comunicação, em iniciativas como o Canal Integración, criado em 2004 junto com a EBC (Empresa Brasil de Comunicação) e a TV Brasil, voltado para a América Hispânica. Apenas em 2008 foi criado um canal em língua inglesa para a Agência Brasil, sucessora da Agência Nacional de Getúlio Vargas, que realiza tradução (com profissionais anglófonos nativos) de notícias selecionadas do serviço regular. Também se fechou uma parceria com a agência argentina Télam.

Por outro lado, o governo brasileiro não aderiu de todo à Telesur, canal latino-americano de televisão, criado em 2005 por iniciativa do governo da Venezuela, sob Hugo Chávez. A cooperação brasileira com os vizinhos neste caso é marcadamente assimétrica. Enquanto o Canal Integración exhibe diversos itens da programação da Telesur, a TV Brasil/EBC produz apenas um programa para aquela: o telejornal “Notícias do Brasil”.

A posição de atraso do Brasil no campo da cooperação Sul-Sul contrasta com o protagonismo mantido até hoje pelos países não-alinhados que lideraram a iniciativa pela NOMIC e pelo *pool* de agências. Como evidência, recorde-se o fato de que a Índia, a Tunísia e as próprias repúblicas ex-iugoslavas da Croácia e da Eslovênia são hoje referências na luta pela democratização das tecnologias de comunicação, pelo desenvolvimento de plataformas colaborativas e *software* livre, pela governança multilateral da Internet e nos próprios estudos de temas relacionados. Diversos fóruns temáticos foram realizados nestes países – como a segunda Cúpula Mundial da Sociedade da Informação (2005), em Túnis, o primeiro encontro da Aliança Global para TICs e Desenvolvimento (2006), em Kuala Lumpur, e os encontros do IGF (Fórum de Governança da Internet) em Hyderabad (Índia, 2008) e Sharm el-Sheikh (Egito, 2009).

Quadro XVII. Países-membros do Movimento Não-Alinhado em 1975-1980



A proposta política do não-alinhamento, como já mencionado, atraiu mais países surgidos na onda de descolonização do pós-Segunda Guerra, como os do sul da Ásia (décadas de 1940 e 1950) e da África e Caribe (décadas de 1960 e 1970). Os da América Latina, embora vários tenham tido associação formal (Quadro XIV), não atuaram com proeminência dentro do NAM, em virtude não só de circunstâncias históricas (como as ditaduras militares do século XX), mas também estruturais, como a estreiteza dos laços com a potência mais próxima – os Estados Unidos.

“Os Estados africanos e árabes, que, em parte, devem sua origem à luta política do NAM [Movimento Não-Alinhado], participaram daquele Movimento, mas com atuação discreta, com exceção do Egito, da Argélia e da Nigéria. Os Estados da América Latina, e entre eles o Brasil, não participaram do NAM (com a exceção da Argentina e do México [N.do A. e também Cuba]) e, ao exercitarem políticas que oscilaram entre períodos de alinhamento ocidental e, por vezes, anticomunista militante, e períodos de razoável isenção perante a Guerra Fria, tiveram, de forma geral, postura de distanciamento e até de desconfiança e crítica em relação ao Movimento Não-Alinhado. Tal postura decorria, em grande medida, do fato de as iniciativas políticas do NAM quanto a Israel, ao apartheid e a Cuba serem consideradas como hostis pela Inglaterra e pelos Estados Unidos, por sua vez aliados tradicionais dos governos oligárquicos e militares latino-americanos.”⁹³

4.2. Não-alinhamento, autogestão e espaços da comunicação Sul-Sul

Os não-alinhados sentiram ter encontrado a chave do problema para enfrentar as estruturas de circulação da informação ao elaborarem a idéia de cooperação sistemática e institucionalizada entre as agências de notícias nacionais de seus Estados-membros.

⁹³ PINHEIRO GUIMARÃES, Samuel. op.cit., 2002, p.21

Para além dos debates, tratava-se de uma proposta pragmática para alterar o quadro das assimetrias nos fluxos internacionais de informação, por meio da criação de uma alternativa operacional, permanente e viável.

Esta situação é a que levou os países do Movimento Não-Alinhado a criar um *pool* de agências nacionais a meados da década passada. Promovido pela Iugoslávia, Índia e Tunísia, os países optaram por criar canais que lhes permitissem comunicar-se diretamente entre si, e apresentar ao mundo seus pontos de vista sem as distorções que haviam detectado nas transmissões transnacionais.⁹⁴

O NANAP, na prática, tinha função de redesenhar o mapa cognitivo da opinião pública e de redimensionar o espaço de representação conferido a cada região do mundo, diminuindo os das grandes potências e de suas esferas imediatas de influência e aumentando a dos recém-descolonizados. Caracteriza-se assim o *pool* não-alinhado como instrumento dessa luta pela auto-representação das sociedades subalternas no espaço global; e, tomando o aspecto de seu método, como proposta de ação participativa, não representativa⁹⁵, na esfera institucional, para a ação política do Terceiro Mundo.

Por sua natureza de livre-associação de agências – ou seja, apropriando-se de sua dinâmica – o *pool* era, muito mais que de produção, uma estratégia de circulação. É preciso compreender o NANAP como um esforço político dos países do Sul pelo poder de construir sua auto-imagem, representar-se e apresentar-se ao mundo, de forma autóctone, colaborativa e em rede, além de criar vias para fazer circular esses discursos como “contra-fluxos”.

A estratégia geopolítica do não-alinhamento na Guerra Fria funcionava pra permitir a circulação entre territórios antagônicos, numa época em que estes eram mutuamente excludentes: o que circulava em um não poderia circular em outro, e vice-versa. Já os produtos oriundos dos não-alinhados (incluindo aí a informação), graças à nominal ausência de comprometimento, tinham este “salvo-conduto” que lhes garantia um ampliadíssimo espaço de circulação.

Originalmente, esta foi uma estratégia de sobrevivência econômica articulada pelo regime iugoslavo. Embora inovador em inúmeros aspectos (como na adoção generalizada da autogestão como modelo administrativo, político e econômico em todos os níveis), o socialismo de Tito (e Kardelj e Đilas) não podia atender a todas as

⁹⁴ SALINAS, Raquel. op.cit., pág.176-177.

⁹⁵ No sentido de representatividade política (como “democracia representativa”), não representação simbólica.

demandas internas (de bens de consumo a matérias-primas) sem recorrer a um intenso comércio exterior. País pobre em petróleo, de limitada superfície cultivável, e com distribuição interna desigual dos parques industriais, a Iugoslávia necessitava de importações ininterruptas bem como de mercados consumidores garantidos para suas exportações (como minérios e automóveis). Não sendo possível a auto-suficiência, e aproveitando-se do contexto externo positivo após o rompimento com a União Soviética (1948), os iugoslavos aproximaram-se de outras nações emergentes e adotaram e desenvolveram o conceito preexistente do não-alinhamento⁹⁶.

Assim, a Iugoslávia não-alinhada tornou-se paulatinamente um entreposto para a circulação de mercadorias entre um bloco e outro, funcionando como um *checkpoint* com portas abertas para ambos os lados – o que permitiu também a circulação de informações e bens culturais que era barrada pela Cortina de Ferro. Na época das vanguardas do rock, jovens de países socialistas mais fechados, como a Polônia e a Romênia, viajavam até a Iugoslávia para fazer compras, pois lá encontravam LPs e cassetes do *glam* e do *punk* inglês, do rock progressivo norte-americano e das próprias bandas iugoslavas, influenciadas por estes estilos aos quais tinham acesso (e que só chegariam à URSS, por exemplo, a partir da Perestroika).

Valia o mesmo para os indivíduos: os cidadãos iugoslavos eram orgulhosos de seus passaportes vermelhos que lhes permitiam livre-trânsito em praticamente todos os países do mundo. A Iugoslávia era um dos poucos países socialistas que não impunha restrições à emigração, e como tal obtinha níveis relativamente altos de qualificação profissional no exterior, intercâmbios técnico-científicos e exportação temporária de mão-de-obra (embora também ocorresse a permanente)⁹⁷. De acordo com Hanke (2007), “em seu apogeu, no início dos anos 70, havia mais de um milhão de iugoslavos, cerca de 11% da força de trabalho, trabalhando na Europa Ocidental”, e as remessas em moeda estrangeira que faziam para seu país natal “equivaliam a até 30% das exportações da Iugoslávia”. Como resultado secundário, ainda, mais iugoslavos

⁹⁶ O princípio do não-alinhamento, a rigor, foi elaborado em 1954 em encontro entre Jawaharlal Nehru, da Índia, e Chu En-lai, da China maoísta, para regular as relações bilaterais sino-indianas. Um ano mais tarde, na Conferência de Bandung, os “dez mandamentos do não-alinhamento” seriam adotados formalmente na constituição do Movimento.

⁹⁷ A facilidade para viagens internacionais conferida aos iugoslavos também facilitaria sua ida para trabalhos de campo em capacitação para jornalistas e técnicos de países menos desenvolvidos. Como já visto, a Tanjug enviava seus profissionais para *workshops* na África e na Ásia, bem como recebia jornalistas destes países em treinamentos no Instituto Iugoslavo de Jornalismo (Belgrado) e na Faculdade de Ciências Políticas da Universidade de Zagreb.

travaram contato com outros países do mundo e maior foi o interesse do público, como um todo, por assuntos concernentes ao exterior – inclusive o noticiário internacional.

Com o caminho do fluxo de informações retraçado e cruzando seu território, o país foi amplamente beneficiado no campo da comunicação. Esta situação somava-se ainda a um conjunto de fatores que favoreciam a configuração do espaço social iugoslavo como entrecruzamento de multiplicidades:

- o caráter distensivo do socialismo autogestionário, que conferia grau de liberdade de imprensa muito mais alto que o dos países do bloco soviético;
- a natureza multiétnica, multilingüística e multi-religiosa da federação iugoslava, em que cinco etnias, quatro idiomas e três religiões coexistiam sob a política oficial de “fraternidade e unidade”, que coibia nacionalismos e promovia o multiculturalismo, inclusive com adoção de cotas no ensino e no funcionalismo público;
- a importância estratégica dada à comunicação pelo regime titoísta, desde a luta antifascista dos *partizans*, quando uma das primeiras medidas tomadas foi a criação da Agência Telegráfica da Nova Iugoslávia (Tanjug).

4.3. Construção do espaço sob o capital

De toda forma, quando se busca compreender a “espacialidade inconstrita” do não-alinhamento – e no campo da comunicação, especificamente – é preciso antes retomar a construção social do espaço (não “construção do espaço social”) pelo capital nos outros dois campos antagônicos. É possível dizer “capital” mesmo para a esfera soviética porque, embora se pudesse supor que tais determinantes fossem diferentes nos territórios sob o socialismo, que em tese estariam soberanos em relação ao capital, a análise histórica o desmente. Muito pelo contrário, o modo de produção do socialismo de tipo soviético (o que inclui todos os do Leste Europeu à exceção da Iugoslávia) mantinha fundamentalmente as estruturas do puro industrialismo, como a especialização operária, a gestão piramidal e a subordinação do campo à cidade. Contava ainda com o fator elementar da exploração capitalista: a mais-valia, que neste caso era apropriada pelo Estado, por sua vez submetido a estrito controle da classe burocrática. Tratava-se não de

um “desvio temporário” ou “degenerescência”, mas da adoção consciente do modelo – como se pode aferir pelos elogios stalinistas feitos ao fordismo (REIS Filho, 1997; 102)⁹⁸.

Tendo tal ambivalência em conta, é possível partir para o estudo da construção do espaço sob o capital. Para dar conta desta questão, faz-se necessário recorrer ao pensamento geográfico e seus autores engajados na perspectiva crítica: David Harvey (2001, 2006) mapeia os indícios de uma teoria do espaço no conjunto da obra marxiana, e Edward Soja (1993) parte desta cartografia e da extensão do urbanismo para as desigualdades internacionais, feita por Henri Lefebvre, para criticar as concepções pós-modernas de espaço. Antonio Carlos Robert Moraes (2005) situa a produção social do espaço como subordinada à dimensão do ideológico. E Neil Smith (1988) dissecar todo o processo de produção do espaço sob o capitalismo para entender as causas do desenvolvimento desigual inter- e intra-nacional. Finalmente, aqui se concorda com Lefebvre (apud Cocco, 1997) quando situa “as questões espaciais como fundamentais e incontornáveis para o pensamento crítico”, e é por este caminho que se tenta trilhar.

O que nos deixa convictos de que o pensamento a respeito das geografias da comunicação guarda as chaves para se compreender o enigma da hegemonia histórica das agências de notícias na comunicação internacional é o fato de estas empresas serem concentradas na distribuição da informação – o que, para Marx, é o estágio da produção responsável pela efetivo processo de “aniquilação do espaço pelo tempo” (MARX, apud SMITH, 1988: 143). É na distribuição que o capital sujeita o espaço, fazendo-se presente com suas mercadorias em diferentes pontos, distantes da origem da produção. Ora, se a mercadoria da imprensa é a notícia, é justamente a agência o aparato responsável por sujeitar o espaço a fim de ubiquá-la nos destinatários diversos, que são seus clientes. Assim, também para a agência de notícias o segredo de seu negócio é “vencer” o espaço.

Um primeiro passo é reconhecer a limitação imposta por certas interpretações marxistas que subordinavam o tempo ao espaço. Ambas as categorias coexistem e são eixos de uma mesma matriz histórica. Ou, se seguirmos Moraes (2005; 15), compreenderemos que as “formas espaciais são produtos históricos”, frutos da ação do homem: os limites, territórios e objetos “exprimem a espacialidade de organizações sociopolíticas específicas e se articulam sempre numa *funcionalidade do presente*” (idem; grifo meu). Ou seja, o tempo – embora sem ser o eixo determinante – forma com o espaço

⁹⁸ A teoria marxista posterior condenou o modelo stalinista como “capitalismo de Estado”, enquanto o socialismo autogestionário titoísta seria chamado, ironicamente, de “socialismo de mercado”.

uma matriz dentro da qual cada sujeito se localiza em determinado ponto, tendo como referências primárias os seus “aqui” e “agora”.

Já Harvey (2006; 145-148) demonstra como a hipertrofia da categoria “tempo” nas teorias marxistas deriva em grande parte da constatação de que a produção capitalista é submetida a um “tempo de rotação socialmente necessário” – o intervalo entre o início e o fim do ciclo de produção, incluindo a circulação da mercadoria, até o retorno do capital sob a forma de lucro. Em contrapartida, o “espaço” fica subordinado às interpretações mecanicistas da relação entre infra- e superestrutura, quando na verdade é dialeticamente determinante e determinado pela produção capitalista.

Moraes (2005; 17-18), por sua vez, ressalta que todas “as leituras individuais do mundo se fazem por parâmetros gestados pela sociedade”, inclusive a espacialidade construída. Todos os conceitos, sentidos e a própria língua são construtos sociais. “A capacidade do pensamento só se faz potência na apropriação/transformação do ambiente, e este é um aprendizado societário. Assim, indivíduo e sociedade não devem ser opostos na análise” (idem). Para ele, a própria percepção do espaço-mundo tem sua história (incluindo, mas não limitada, à dimensão temporal), “que se traduz em diferenciadas formas de abordar o real e exprimi-lo”, concluindo que “a consciência individual é um produto social” (idem). Isso tudo tem importância aqui porque “a produção do espaço social é um processo teleológico”, ou seja, obedece a uma finalidade determinada que antes de sua materialização só existe na esfera da consciência.

As formas espaciais produzidas pela sociedade manifestam projetos, interesses, necessidades, utopias. São projeções dos homens (reais, seres históricos, sociais e culturais), na contínua e cumulativa antropomorfização da superfície terrestre. Um processo ininterrupto onde o próprio ambiente construído estimula as novas construções. Isto é: a paisagem é ao mesmo tempo um resultado e o alimento dos projetos de produção do espaço. A práxis humana implica a constante edificação de formas não naturais na crosta do planeta, formas alimentadas por pré-ideações que têm o espaço vivenciado como estímulo.⁹⁹

O autor põe ênfase em que, contra a concepção que se pretende universal do espaço capitalista (burguês), há que se fazer tanto a “ressalva antropológica” (diferentes culturas e diferentes meios sociais têm elaborações distintas acerca do espaço e de seus usos) quanto a “ressalva histórica” (tais concepções, além disso, não são imutáveis e se condicionam pelo andamento dos processos). Para ele, a chave está em avaliar as determinações do modo de produção social conferindo a elas “substantividade” no

⁹⁹ MORAES, A.C.R.. *Ideologias Geográficas*. São Paulo: Hucitec/Annablume, 2005. pág.22

processo de produção social do espaço. Ou seja, que em lugar da interpretação economicista das categorias marxianas, o capital seja enxergado personificado em agente sociais específicos, materiais, identificados.

Smith (1988; 19), ao retomar o pensamento de Henri Lefebvre, pondera que o espaço não é “mero reflexo” da sociedade, mas sim uma produção contínua e dialética executada pelas forças de produção, particularmente o capital, mas também o trabalho. Para Harvey (no prefácio a SMITH, 1988; 25), produzir espaço é uma forma de dominar espaço, o que ficava evidente dentro da estratégia de circulação de informação levada a cabo pelo capital – particularmente por meio das agências –, por sua vez adotada em sentido oposto pelos não-alinhados por meio do NANAP. A importância desta estratégia para dominação (ou, do ponto de vista anticolonialista, para soberania) será vista a seguir.

4.4. Espaços de comunicação como campos de luta

Se, na visão de Anderson (1989; 34), o romance e o jornal eram os principais vetores da constituição das identidades nacionais na aurora da industrialização, foram o rádio e a TV, ao congregarem dramaturgia e jornalismo, que se arvoraram desse mesmo papel no pós-guerra de 1945, que se constituíram como Estados os países do Terceiro Mundo. O processo de descolonização se deu em territórios com fronteiras desenhadas pelos colonizadores, a despeito de limites humanos endógenos – etnias, línguas, religiões. Assim, a construção de tais identidades, perpetuando os traçados convenientes aos artifícios dos impérios, se deu com a participação axial da mídia.

Inserido dentro desse eixo está o sistema das agências de notícias, como fornecedor de insumo para a indústria da mídia, principalmente a respeito do resto do mundo (necessário para a construção identitária por comparação, negação e semelhança) mas também não raro internamente, visto que a maioria destas organizações é de caráter nacional e estatal (o que é especialmente válido nos países do Sul) e tem como função abastecer a imprensa nacional com informações e o discurso oficial de seus próprios Estados-nações (Cf. BOYD-BARRETT, 1980).

Tal conjuntura é parte da explicação para o fato de a América Latina (à exceção de Cuba) ter ficado basicamente de fora da cooperação não-alinhada. O subcontinente teve sua construção identitária formulada mais de cem anos antes do resto do Sul, mais ou menos na época da Primeira Revolução Industrial. Já na África e na Ásia, esse processo foi mais tardio, ocorrendo nos anos seguintes ao fim da Segunda Guerra (Sul e Sudeste Asiático: Índia, Paquistão, Indonésia, Birmânia, a Indochina etc.) ou ao longo das décadas

de 1960 e 1970 (praticamente toda a África). Ali, a necessidade de consolidação de uma identidade territorial (mais que nacional) era premente.

Embora, na visão de Anderson (1989), todas as Histórias (com H maiúsculo) dos Estados-nações, suas auto-narrativas e mitos-fundadores sejam, no fundo, construções ficcionais (em parte ou integralmente), a base material sobre a qual as identidades nacionais se reconstrói a cada dia é erguida com tijolos de realidade. São notícias, livros, programas de TV e outros produtos comunicacionais que se incorporam constantemente ao repertório simbólico das sociedades. E, como as próprias identidades não são estanques, e sim inscritas nas operações da realidade, vivem permanente processo de reconstrução e ressignificação. É por não outro motivo que as nações dependem do fluxo contínuo de informações para continuarem se entendendo como tais, e se saberem vivas, caminhantes. Mas, quando os tais tijolos artesanais são amontoados em entulho e deixados de fora da obra, em virtude de outros pré-fabricados e importados – ou seja, quando a nação lê na imprensa e vê na TV somente narrativas sobre si mesma que têm origem exógena, muitas vezes marcadas por estereotípias, generalizações e pré-concepções – a construção final fica deformada, e a autopercepção da nação é especialmente dificultada. E é precisamente graças à demanda ininterrupta por representação que a ausência de enormes regiões – que, como vimos, correspondem ao Sul descolonizado – no noticiário, no fluxo internacional de informações e nos produtos da indústria cultural tem fator destrutivo para suas respectivas identidades nacionais.

O senso de “comunidade” chamado *glocal*, então, mantém inalteradas no plano *macro* (ou *mega*) as inclusões e exclusões do plano *micro* das concentrações metropolitanas. Assim como os jornais da elite não chegam às bancas dos bairros de classe baixa e a TV a cabo entra na favela carioca majoritariamente por “gato” (conexões ilegais), a informação global circula por espaços restritos e territórios ainda fortemente demarcados. Se antes tais marcações eram atreladas primordialmente à ideologia, hoje o são às funções econômicas atribuídas a cada região. Pois, “no processo de desterritorialização, o capital não precisa mais determinar um processo de unificação formal da divisão internacional do trabalho” (COCCO, 1997; 54).

Ao superamento das separações tradicionais entre centro e periferia corresponde a crise da estruturação funcional, de tipo fordista, do espaço. Encontramos esses fenômenos ao nível dos processos de metropolização ou de dispersão urbana, quer dizer, da construção de um espaço que apresenta fortes elementos de indeterminação, cujo modo de

funcionamento não permite mais diferenciar o ‘dentro’ do ‘fora’, a ‘cidade’ do ‘campo’.¹⁰⁰

O problema é que a aplicação do mesmo modelo de gestão dos espaços das metrópoles para as relações interestatais, regionais e interculturais deu passagem à formação de “urbanias globais” que refazem as hierarquias territoriais das cidades no plano macroscópico do mundo. Tal fenômeno ocorre não sob a forma da “aldeia global” de McLuhan, no que tinha de utópico e integrado por seu aspecto comunitário universal, mas sob uma “cidade global” malthusiana (com uma massa de excluídos prevista), uma Coruscant¹⁰¹ terrena, com suas praças/fóruns (de debate multilateral, como o Social Mundial e Econômico Mundial), seus viadutos e vias expressas (a *information highway*) e suas imensas favelas. Lenin já previra, em *O Desenvolvimento do Capitalismo na Rússia* (1899), que as diferenciações regionais provocadas pela expansão do capital se reproduziam tanto em nível nacional como local, e ambas tinham origem na “divisão social do trabalho” (SMITH, 1988; 145). “No pós-fordismo, a globalização reproduz ao nível planetário as segmentações de exclusão-integração que caracterizam as economias centrais” (COCCO, 1997; 55), com suas desigualdades, assimetrias, demarcações.

Em seu exame das desigualdades regionais no capitalismo, Mandel (1976, 43) declarou que “O desenvolvimento desigual entre as regiões e as nações é a própria essência do capitalismo, no mesmo plano da exploração da mão-de-obra pelo capital”. Ao não subordinar a estrutura espacial do desenvolvimento desigual à classe social, mas encará-la como estando “no mesmo plano”, Mandel identificou, na escala regional e internacional, uma problemática espacial que se assemelha de perto à interpretação da espacialidade urbana por Lefebvre.¹⁰²

O que seria a África, então, senão a maior favela em proporções globais¹⁰³? O que são a Europa, os EUA e o Japão, senão os bairros ricos centrais (sendo partes deles, pela paranóia com a “segurança” contra ameaças externas, comparáveis mesmo a condomínios fechados – vide os muros da Cisjordânia e do México)? E o que são os BRIC, senão as zonas da periferia que crescem a ritmo ágil e desordenado? A China é o maior subúrbio

¹⁰⁰ COCCO, G. “O Pós-Fordismo entre Desterritorialização e Reterritorialização”. in: *Comunicação & Política*, n.s., vol.IV, n.1. Rio de Janeiro: CEBELA, 1997. pág.54 (nota)

¹⁰¹ Cidade-planeta fictício, totalmente urbanizado em sua superfície, que servia de capital à República e ao Império Galáctico na saga multimidiática *Star Wars*, de George Lucas.

¹⁰² SOJA, E. op.cit., p.103

¹⁰³ Cabendo ponderar que, assim como as favelas não são homogêneas, tampouco o é a África – com “bolsões de desenvolvimento” em pontos como a África do Sul e o Delta do Níger.

do mundo – com direito a síndicos autoritários e *shoppings/malls* – e suas torres são tão altas e coloridas quanto as da Barra da Tijuca, Miami Beach, Naucalpán e Beverly Hills.

Nesse processo, a produção do espaço desempenhou um papel crucial. Foi essa troca de importância entre a temporalidade e a espacialidade do capitalismo que instigou Lefebvre a afirmar que “a industrialização, antes produtora de urbanismo, é agora determinada por ele”.¹⁰⁴

Não por acaso, a crítica enxerga a prática do cerceamento dos espaços como tipicamente burguesa, própria das necessidades do capital em organizar a produção baseada na propriedade privada. Os pobres encontram seu *modus* de sociabilidade falando alto no ônibus, em enormes bailes com som amplificado instalados em meio às residências, ou em plena rua permeiam o ambiente com música saída de caixas de som de alta potência na traseira de seus carros, ou ainda se acostumam ao compartilhamento dos locais de higiene, enquanto as elites adotam o fone de ouvido, as suítes e banheiros individuais e a própria noção de “intimidade”, fazendo suas festas *rave* em lugares afastados das áreas urbanas. O “respeito ao espaço alheio” deriva de uma noção geográfica em que o espaço é loteado em quadrantes de propriedade privada, individuais ou familiares, legando ao restante o vago rótulo de “espaço comum” (não *público*). Esperava-se que “o virtual” – como se trata sociologicamente o processo de convergência e digitalização – reaglutinasse sociabilidades que no real são muradas, que abrisse outras vias de circulação das manifestações culturais e, embora não tenha a intenção de cumprir a utopia da sociedade sem classes, que criasse *loci* de convivência que no real são impraticados.

Da mesma maneira, em escala ampliada, a digitalização e a convergência permitem diálogos improváveis e antes sobrecustosos, como a re-legendagem humorística de vídeos de Bollywood por brasileiros¹⁰⁵ ou o mesmo feito por romenos que levou a fama repentina em Bucareste o videoclipe de uma canção infantil religiosa¹⁰⁶. O pós-fordismo, de fato, alterou *potencialmente* as dinâmicas de trocas interculturais no espaço global de circulação de informações, abriu canais e pavimentou estradas (*information*

¹⁰⁴ LEFEBVRE apud SOJA, E. op.cit, pág.111

¹⁰⁵ O fenômeno “Rivaldo, sai desse lago” e outros: em 2006, um grupo de usuários postou no site YouTube um videoclipe da música indiana “Kalluri Vaanil”, do filme “Pennin Manathai Thottu” e cantada por Prabhu Deva, legendado em português com frases que se assemelhavam à sonoridade da letra original, em tâmil. O resultado, de efeito cômico, transformava o verso “Kalluri vaanil kaayndha nilaavo” em “Vai lá, Rivaldo, sai desse lago”.

¹⁰⁶ Em 2007, o clipe da música “Pula, Pula!”, da cantora evangélica Aline Barros, foi re-legendado sarcasticamente por romenos aproveitando-se de uma inocente coincidência interlingüística (*pulă*, no idioma romeno, é termo chulo para o órgão genital masculino).

highways). Também permite a desterritorialização da produção, relegando sua administração a um ponto abstrato que, embora a rigor possa estar em qualquer local, invariavelmente permanece no centro de poder.

O que a firma multinacional quer controlar são na realidade os arranjos sociais próprios do território de implementação do consórcio modular. A firma vai agir como um estruturador político da rede de cooperação social que designa o tecido de um território dado. (...) Trata-se da emergência virtual das dimensões produtivas do território como espaço de cooperação social face à qual o empresário se torna empresário político, federador de redes produtivas enquanto redes sociais.¹⁰⁷

Permite, mas não concretiza. Pois é fato que a ocorrência destes fenômenos (ainda que indiquem tendência) não significa, de forma alguma, que o trânsito de informações seja agora livre de barreiras. Todo o contrário: as barreiras se renovam e trocam de natureza quanto aos territórios que cercam e quanto ao conteúdo que filtram.

O território das redes comunicacionais aparece como capital fixo, mas esse capital fixo não é mais o equivalente das infra-estruturas (técnico-culturais) que estruturariam um regime de acumulação baseado num sistema fabril distribuído a partir dos diferentes distritos industriais. Trata-se da inteligência em geral designada pelas interações comunicativas, lingüísticas que constituem o território em geral e a metrópole em particular como novos locais de produção.¹⁰⁸

Os limites dos territórios lingüísticos, por exemplo, são fronteiras óbvias do espaço de circulação de cada sujeito no “virtual”¹⁰⁹. A impossibilidade de decodificação do verbal é uma porta fechada, ou muro, ou ainda vitrine opaca – permite vislumbrar, sem enxergar. Mesmo na Internet, o inglês continua ocupando uma posição central, um pólo aglutinador a partir do qual os demais falantes se entendem, ou se traduzem, usando-o como ponte¹¹⁰. A produção colaborativa pretende executar essa nova episteme às últimas conseqüências, desatrelando a produção de informação de um centro produtor unificado e redistribuindo-a como *plugada* sincronicamente a uma multiplicidade de cérebros

¹⁰⁷ COCCO, G. op.cit., pág.58

¹⁰⁸ COCCO, G. op.cit., pp.58-59

¹⁰⁹ Para agências de notícias, especificamente, o idioma é um fator-chave na delimitação de seu espaço de alcance. A língua em que seu produto é codificado é aspecto que determina até onde e por que caminhos pode-se dar sua circulação. O *pool* não-alinhado dedicou especial atenção a este problema e a Tanjug, sua agência-líder, tinha reconhecido *know-how* em tradução graças à diversidade lingüística interna da Iugoslávia.

¹¹⁰ Exemplo ativo é a comunidade de tradutores voluntários Cucumis.org.. E mesmo na Wikipedia, que se divide não por países ou outras referencialidades geográficas, mas por idiomas (inclusive indígenas e não-estatais, como quíchua, tupi e esperanto), o conteúdo em inglês permanece o centro a partir do qual os demais vão buscar atualizações e dados para incluir nas versões em suas próprias línguas.

(milhares? milhões?) que pensam, escrevem, filmam, fotografam, desenham e editam a partir de infinito número de pontos dispersos pelo planeta.

As redes, enquanto conjunto de relações sociais recorrentes criadas entre os indivíduos além dos controles institucionais podem, ao mesmo tempo, inscrever-se na prolongação dos fluxos transnacionais e alimentar-se em recursos e em capacidades mobilizadoras locais. As redes não constituem necessariamente “relações livres dos constrangimentos espaciais”, mas sim outras formas de construção do espaço.¹¹¹

Assim como o *pool* não-alinhado, a produção colaborativa de informação é feita de forma desterritorializada, horizontalizada, descentralizada, em rede, não existindo um eixo ou pólo ao qual se deva reportar. O espaço praticado pelos “usuários 2.0” é um orientado para a troca (diálogo), não o envio (unicidade); sua teleologia é a da agregação (soma), não a da seleção (divisão). Difere, assim, da premissa básica do trabalho jornalístico industrial, que é a do corte, edição e exclusão na rotina seletiva do *gatekeeper*, em virtude dos constrangimentos impostos pelas condições industriais de produção (*espaço* de papel, *tempo* de transmissão). Finalmente, a práxis colaborativa é outra, muito mais assemelhada àquela autogestionária do socialismo iugoslavo (estendido aos não-alinhados) do que ao ciclo auto-reprodutivo próprio da comunicação submetida ao capital.

O que se pode observar, no entanto, ainda – e sempre, se pensarmos que são ferramentas cruciais ao capitalismo pós-fordista – é uma predominância do uso dessas novas tecnologias de forma puramente lúdica, ideologicamente passiva, não raro alienante ou até mesmo fornecedora de matéria-prima para renovação estética-estilística da indústria cultural. Logicamente, são inegáveis os ganhos da introdução da comunicação comunitária, particularmente no campo da representação midiática de identidades antes marginalizadas.

Esta mudança nas práticas em prol da correção dos desequilíbrios, saindo de ações orgânicas para um não-intervencionismo de conteúdo, parece ter levado a um paradoxo: as tecnologias que seriam ferramentas de emancipação (não mais de classe, pois não falam mais nestes termos, mas de comunidades excluídas) são utilizadas para reproduzir estruturas de dominação sobre estes mesmos subalternos. Seria oportuno lembrar que, na era totalitária, a teoria crítica viveu a mesma decepção em relação ao poder do rádio e do cinema, supostamente emancipador porém massificador e posto a serviço do capitalismo, ao mesmo tempo em que se juntava à esquerda européia para desprezar o Realismo

¹¹¹ COCCO, G. op.cit., pp.57-58

Socialista e outras práticas de produção cultural orientadas pelo Estado-Partido. A diferença parece estar no fato de que, nos anos 1930, a comunicação de massa era ainda um processo essencialmente coletivo, enquanto hoje vende-se a possibilidade de um indivíduo produzir sua própria comunicação para difusão global, o que exacerba ainda mais os sedutores discursos libertários do capital.

A circulação de informação e cultura por esses espaços (os “condomínios fechados” do planeta), como se pode ver, é imperativo para a consecução da visibilidade social. Não se trata apenas de grupos, guetos, comunidades e classes marginalizadas no sistema-mundo do capitalismo tardio, mas de nações inteiras. O trabalho de inclusão, segundo a estratégia participativa, deve se dar em escala *glocal*: estender o espaço de cidadania também às favelas, mas não deixar de ter em conta os continentes e subcontinentes favelizados (África, Sul da Ásia); atuar na cidade, tendo em mente o planeta; trabalhar com o indivíduo, sem nunca esquecer a sociedade; conceber não só o “*here*” e o “*there*”, mas acima de tudo o “*everywhere*” – como pretendeu, com sinceridade, o NANAP.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos anos em que o mundo esteve imerso sob a bipolaridade da Guerra Fria, toda a superfície do planeta foi idealmente dividida em territórios antagônicos, mutuamente excludentes. Tal como uma nova Tordesilhas, a linha divisória definida em Ialta em 1945 – em seguida apelidada por Winston Churchill, um dos signatários, de “Cortina de Ferro” – rasgou em dois o globo sem tomar em consideração as demandas, tradições, diversidades, localidades, movimentações, entrecruzamentos e historicidades de todos os demais sujeitos sociais que não fossem os das duas potências. A cada qual coube seu quintal e se conferiu um poder divinizado sobre os súditos, à revelia destes.

Contra esta dualidade asfixiante para o Terceiro Mundo, cedo começaram a se erguer alternativas. Ainda que jamais alcançassem ameaçar o quadro bipolar, conseguiram incluir peso em cada prato da balança a ponto de desequilibrar o idealmente estável jogo de poder definido ao fim da guerra. O núcleo mais organizado e duradouro deste contrapeso foi o Movimento dos Países Não-Alinhados. Ao longo de mais de quatro décadas, a entidade constituiu um anti-bloco, que reunia tanto membros incontestes de cada esfera de influência (como Cuba, dos soviéticos, e a África do Sul, dos capitalistas) quanto Estados intencionalmente neutros, como a Iugoslávia, o Egito e a Índia – três dos países que capitanearam a iniciativa. Incluiu também sistemas e formas de organização socioeconômica tão díspares quanto o Irã e o Suriname. Embora o Movimento perdesse oficialmente até hoje, perdeu muito de sua relevância com o fim da Guerra Fria e a propalada reconfiguração geopolítica da “Nova Ordem Mundial”.

O que os não-alinhados propunham, no entanto, era uma associação interestatal para fins um tanto além da ação conjunta dos países em desenvolvimento em fóruns multilaterais. Era, sim, uma proposta de reordenamento mundial que contestava o cerne das desigualdades globais (manifesta na “Divisão Internacional do Trabalho”), geradas pelo capital e mantidas intactas pelo tipo de dominação estrutural do socialismo soviético, e ao ‘mesmo tempo traziam alternativas exeqüíveis em diversos níveis da organização política e social – inclusive em campos simbólicos, da cultura e da comunicação.

Tais alternativas buscavam, intrinsecamente, serem adequadas às necessidades e idiossincrasias do Terceiro Mundo, notavelmente a precariedade de infraestrutura, os riscos e choques inerentes à formação da identidade nacional (em lenta construção nos processos de descolonização) e a fragilidade das instituições do Estado (geralmente submetidas a graus excessivos de corrupção, autoritarismo e burocracia).

Em resumo, as iniciativas que os não-alinhados colocavam sobre a mesa deveriam sempre ser baratas, adaptáveis e construídas sob o princípio da cooperação, para não se segmentarem nem chegarem a fim prematuro devido às frequentes crises nos países pobres.

Entre estas, estava a tomada dos espaços sociais de comunicação como campos de luta. A chamada pela criação de uma Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC), a partir de 1973 (Conferência de Argel), teve por base a identificação de que o Terceiro Mundo era sub-representado no imaginário global – inclusive de suas próprias sociedades – e dependente de fluxos de informação controlados a partir dos centros hegemônicos, o que por sua vez lhe retirava representatividade política no mundo. Não era uma simples questão de as sociedades “subalternas” (para estender a terminologia gramsciana ao plano nacional) não aparecerem nas páginas de jornais, mas de terem voz nas esferas multilaterais, poder decisório e capacidade de ação.

Na época dos debates acerca da NOMIC, medições quantitativas, de variadas metodologias, constatavam que percentuais sempre majoritários (variando de 60% a mais de 90%) das notícias internacionais publicadas no Terceiro Mundo eram provenientes de fontes estrangeiras e/ou abordavam exclusivamente temas do mundo industrializado. Além disso, inúmeros estudos e artigos apontavam para a representação qualitativamente inferior dada a nações em desenvolvimento pela mídia tanto dos países

ricos quanto dos próprios “coleguinhas” pobres. Em outras palavras, constatou-se que o Terceiro Mundo aparecia pouco no noticiário e, quando dava as caras, eram feias.

Diversos estudos demonstraram que existem áreas invisíveis na geografia da notícia internacional, e que tais áreas correspondem ao Terceiro Mundo e aos países da órbita socialista, especialmente Leste Europeu. Visto desde um país subdesenvolvido, isto se manifesta em uma insuficiente informação sobre países vizinhos, pertencentes à mesma região, e numa carência quase total de notícias sobre outras regiões do Terceiro Mundo, assim como também sobre os países socialistas. Os déficits são provocados pelos critérios noticiosos em dois níveis: 1. a seleção de áreas geográficas relevantes nas agências transnacionais; e 2. a seleção realizada na mídia dos países subdesenvolvidos, cujos editores ou ‘porteiros’ [N.do T.: *gatekeepers*] reproduzem, e ainda acentuam, as preferências das agências ocidentais.¹¹²

Mesmo com a dissolução do bloco soviético e a derrocada do socialismo na maioria dos países onde vigorava, o mapa das regiões invisíveis do mundo não teve grandes alterações. No cotidiano da imprensa brasileira, estas regiões nem precisam ser necessariamente do Terceiro Mundo, mas podem ser países de dimensões continentais e prósperos como a Austrália e o Canadá ou mesmo um vizinho como o Suriname – ambos notáveis mais pela ausência em nosso noticiário do que por uma ou outra raríssima menção que recebam, o que mantém a ignorância quase absoluta do público brasileiro sobre esses pedaços relativamente importantes do planeta.

Na ocasião, uma grande parte do diagnóstico sobre as disparidades nos fluxos de informação entre Norte e Sul (e entre Norte-Norte e Sul-Sul) recaiu sobre o produto e o *modus operandi* das agências de notícias, verdadeiros sistemas globais de informação que reproduziam no campo simbólico, em vez de transformar, as relações de subordinação no campo econômico.

As agências produzem versões empacotadas e estratificadas da realidade: os acontecimentos e processos ocorrem em todas as partes, mas as agências selecionam quais acontecimentos e processos desejam reproduzir, e de que maneira. O processo de produção de notícias é também um processo seletivo, em que os países e os temas variam segundo suas probabilidades de serem incluídos nesta acelerada e inesgotável manufatura de versões da realidade.¹¹³

Entretanto, a identificação da origem das desigualdades nas agências não bastava, senão se estendesse à compreensão de que a própria operação dos sistemas

¹¹² SALINAS, Raquel. *Agencias Transnacionales de Información y el Tercer Mundo*. Quito: The Quito Times, 1984. pág.97

¹¹³ SALINAS, Raquel. op. cit., pág. 26.

internacionais de informação era subordinada à lógica do capital, como expressado na queixa do então ministro de Informação e Radiodifusão da Índia, Vidya Charam Shukla, em conferência ministerial do setor em Nova Délhi, 1976:

As sociedades opulentas ainda preferem tratar, por razões de sua própria conveniência, as notícias e a informação como mercadoria antes que como serviço. As agências transnacionais de imprensa continuam invadindo as mentes dos povos dos países não-alinhados, tal como as corporações transnacionais invadem nossas economias... Negam- nos o direito a interpretar nossas realidades e, dentro do mundo não-alinhado, o conhecimento a respeito de nós mesmos é fornecido por agências pertencentes a nações que têm interesses completamente diferentes nos assuntos mundiais...¹¹⁴

Em resumo, pode-se fazer fundamentalmente três asserções sobre a função econômica-política das agências de notícias:

1. A função das agências na cadeia produtiva da comunicação é de *distribuição e circulação*;
2. O modelo de produção predominante entre as agências de notícias de porte transnacional é *fordista*;
3. O desafio principal das agências de notícias e dos estudos de economia política da comunicação sobre elas hoje é entender como mantêm/manterão seu negócio num modo de produção pós-industrial.

Pela série de aspectos aqui levantados, verifica-se que as agências de notícias, particularmente as transnacionais, são envoltas de especificidades: pelo fato de não serem veículos de mídia, e sim empresas de distribuição de conteúdo, já que não publicam; por terem relação complexa com o Estado e fugirem muitas vezes às convenções de regulação; e por operarem sob um modelo de produção essencialmente fordista. Tais idiossincrasias caracterizam as agências como objeto de estudo particular no contexto tecnológico e socioeconômico atual, que exige um olhar próprio e pode ser melhor compreendido sob as lentes da economia política da comunicação, em virtude de todas as marcadas formas de produção e relações com os poderes instituídos e constituídos.

Entretanto, determinadas agências internacionais, embora seguindo o cânone das líderes do mercado, procuram atender a demandas por informações sobre países e temas por vezes negligenciados. Agências como a InterPress Service (IPS), Latin, ASIN e ALASEI foram fundadas com o objetivo predeterminado de equilibrar o fluxo de

¹¹⁴ SHUKLA, V. C. in: *Communicator*, 1976, p.26. apud SALINAS, Raquel. op. cit., pág. 176.

informações Norte-Sul. Ainda assim, não alcançam o mesmo espaço como fontes privilegiadas de notícias, seja por questões de confiabilidade ou de penetração comercial. O jornalista Newton Carlos, veterano em coberturas internacionais no Brasil, atribui em entrevista o insucesso destas iniciativas justamente ao fato de serem subordinadas a interesses estatais.

Essa discussão sobre uma nova ordem informativa minguou ou desapareceu por uma razão muito simples: porque todas as alternativas que propunham a criação de agências internacionais se resumiam à criação de agências estatais. Uma agência estatal do Terceiro Mundo? Seria forçosamente subordinada aos interesses do Estado. Quando não do Estado, é de quem estiver à frente dele naquele momento. Eu acho que essa sempre foi a grande dificuldade de se levar avante um projeto como esse — a criação de uma nova ordem informativa internacional. (...) Pode ser que passe daqui a algum tempo pelas ONGs, que não representam nem o Estado nem a iniciativa privada. Aliás, já tem uma agência, coitada, que nunca conseguiu se firmar, mas que é produto de um espírito onguista, que é a IPS (International Press Service).¹¹⁵

A chave do problema seria como utilizar o sistema das agências (sobre o qual, apesar das críticas, nunca se negou sua eficiência) para fazer circular a informação oriunda da periferia do mundo, tanto no centro quanto na própria periferia.

Os setores comprometidos com o pensamento crítico em comunicação concordam que transformar os processos comunicacionais é não só possível como também necessário. De forma geral, buscam analisar os problemas dos processos sociais direta e indiretamente relacionados à comunicação para, a partir disto, idealizar modelos que se contraponham àqueles vigentes, particularmente aos que servem a interesses hegemônicos. Frequentemente, tais análises e propostas partem de pequenas divergências do contexto presente e se projetam sobre um futuro idealizado, negligenciando experiências do passado e, por assim dizer, reinventando a pólvora para resolver os problemas da comunicação social. No entanto, embora o passado jamais ofereça soluções prontas, se considerado que a História não se repete, ele certamente subsidia informações sobre propostas já testadas e apresenta parâmetros de comparação.

No caso específico das políticas públicas de comunicação, uma tendência de pesquisa prefere a perspectiva comparativa sincrônica, não diacrônica, a respeito de diferentes iniciativas e paradigmas praticados em lugares distintos, nem sempre tomando em conta as particularidades e dimensões históricas de cada contexto. Por

¹¹⁵ FIGUEIREDO, Newton Carlos de. Entrevista a Antony Devalle e Maria Aparecida Costa (UERJ), pessoalmente, 8 de maio de 2002 (íntegra em http://www2.uerj.br/~cte/download/newton_carlos.pdf).

exemplo, muitas vezes toma-se como referência determinado marco legal ou modelo de gestão próprio de um país de capitalismo avançado, de industrialização precoce e níveis relativamente equilibrados de distribuição social de riquezas. Entretanto, dificilmente tais referências têm aplicabilidade viável em nações de desenvolvimento recente, com fortes concentrações de propriedade e largas disparidades sociais, dependência econômica externa e fraca estabilidade política. A realidade brasileira deste início de século é próxima em muitos aspectos àquela vivida por outros países em desenvolvimento destacados como líderes regionais (África do Sul, Índia, México). Mas estes, em seu conjunto, guardam diversas semelhanças em termos socioeconômicos com o que foi vivido em países recém-libertados no pós-guerra de 1945 ou descolonizados no período da Guerra Fria. As necessidades urgentes de reconstrução da infraestrutura, formação de quadros e edificação de unidade nacional em um contexto de miséria, por exemplo, são algumas.

Tanto em exemplos passados como em atuais, nos casos de governos comprometidos com a crítica e mudanças sociais (emancipação de classes subalternas), as políticas públicas de comunicação desenvolvidas e implementadas são caracterizadas, entre outros aspectos, pelo apoio estatal a modelos de mídia que se contraponham ou concorram com aquela tradicional, privada, política e economicamente ligada ao capital. Este apoio, no entanto, freqüentemente se encaminha pelo paradigma do estatismo, seja pelo controle direto das empresas de comunicação pública por governos, por aparelhos do Estado ampliado (notavelmente partidos), quanto pelo subsídio ou financiamento estatal às chamadas “mídias alternativas”. Todos estes caminhos, pelo que indica o conjunto histórico das pesquisas no campo, geralmente levam a situações de dependência e reforço hegemônico para a comunicação crítica, que invariavelmente perde em autonomia e durabilidade – e posta a termo quando o governo crítico é substituído por outro afinado ao capital, em quadros de alternância democrática, ou mesmo em situações de violência institucional, como golpes e revoluções.

Houve, porém, na história de tais tentativas, um modelo que fugiu a este paradigma. A República Federativa Socialista da Iugoslávia, à frente dos não-alinhados, promoveu diversas ações para promover o fortalecimento da mídia, do acesso e da circulação de informações nos Estados recém-descolonizados, bem como a criação de um sistema Sul-Sul de comunicação internacional. A política pública de comunicação implantada na Iugoslávia durante o regime liderado pelo Marechal Josip Broz Tito, entre 1945 e 1980, buscou um trajeto equidistante do estatismo típico das experiências

do socialismo real e do privatismo característico das democracias capitalistas. O princípio fundamental deste modelo foi a autogestão, que embasava toda a organização produtiva do país, incluindo aí as atividades econômica e profissional em comunicação.

Uma política “titoísta” ou autogestionária de funcionamento do *pool* certamente terá sido algo à frente de seu tempo e coadunante com a tendência atual de “colaborativismo”, marcas visíveis da Wiki, Web 2.0, *software* livre e deste próprio CMI. O espírito do colaborativismo é análogo ao socialismo autogestionário e tem muito menos a ver com o neoliberalismo radical individualista do que com a solidariedade produtiva titoísta. Os iugoslavos já falavam em “trabalho associado” nos anos 1950, meio século antes de Larry Sanger e Jimmy Wales desenvolverem o princípio da Wikipedia.

Assim, é preciso olhar para esta experiência passada ressaltando os aspectos inovadores de tais políticas em seu contexto histórico (Guerra Fria) e geopolítico (não-alinhamento), bem como o que antecipou tendências em ascensão na comunicação atual, como a produção colaborativa e a organização de mídias em redes.

Portanto, é conseqüentemente inevitável constatar semelhanças também de caráter ideológico e deontológico em iniciativas atuais de descentralização da comunicação, utilizando a cornucópia de ferramentas tornadas disponíveis pelo processo recente (e inconcluso) de digitalização e convergência das tecnologias de informação e comunicação. Plataformas e práticas novas como Wiki, Twitter, colaborativismo, jornalismo participativo e um sem-número de outras rotuladas como 2.0 adotam os mesmos princípios basilares de livre-associação, coletivização decisória e pluralidade absoluta que norteavam o NANAP. Ainda que não seja possível traçar linhas contínuas com a experiência não-alinhada para cada caso, tampouco se pode negar o caráter pioneiro do *pool* e da Tanjug em sustentar tais valores como essenciais para a construção de uma comunicação eficaz e verdadeiramente contra-hegemônica. A pesquisa até aqui realizada oferece subsídios suficientes para afirmar que se encontra o “DNA” do NANAP – e, portanto, do socialismo iugoslavo – no “código genético” da comunicação Sul-Sul contemporânea.

Hoje, cada vez mais há produção descentralizada por inúmeras fontes, desde pequenas empresas audiovisuais até núcleos locais de comunicação comunitária. São comuns os trabalhos que abordam as novas tecnologias analisando seu papel no processo de produção da informação por atores contra-hegemônicos. Mas o que confere visibilidade a essa comunicação é a sua circulação – que se dá sobretudo através das

redes digitais –, fazendo assim a passagem do local ao global (o chamado *glocal*). Pouco adianta a mídia contra-hegemônica produzir se não tiver onde veicular/circular.

Essa estratégia, que os iugoslavos e os não-alinhados entenderam 30 anos antes da disseminação da Internet, é adequada para hoje em dia. A partir disto, será necessário destacar o que as inovações iugoslavas têm a oferecer à realidade brasileira nos dias de hoje, apontando e indicando aplicabilidade do modelo iugoslavo para a realidade específica dos países em desenvolvimento, particularmente aqueles que também compreendem largas disparidades socioeconômicas internas, como é o caso do Brasil.

Sabemos que a orientação marxista ortodoxa recomenda a aliança estratégica entre o proletariado e a camada “progressista” da burguesia nacional em cada país. Só que, na América Latina, onde em inúmeros casos a burguesia é tradicional aliada dos latifundiários (homóloga, dado os devidos contextos, à aristocracia européia) e do imperialismo estadunidense, tal aliança não é possível. Assim como no resto do Terceiro Mundo, essa mesma burguesia é dona da grande mídia privada, o que impede pragmaticamente qualquer aliança estratégica possível com a burguesia nacional do Terceiro Mundo no campo da comunicação. Em termos práticos, isso significa que programas de TV, colunas de jornal, *sites* e *blogs* contestatórios encerrados dentro de emissoras, jornais e portais da mídia corporativa serão contradições em si, tendentes a se esvaziarem de conteúdo político-ideológico.

O fato é que, a despeito de já estarem dotados de sistemas integrados em redes eletrônicas ou dependerem da estrutura de frequência de radioamadores, os nós de comunicação no Terceiro Mundo estão inseridos num panorama maior da comunicação globalizada – isto é, querendo ou não, são tocados em algum ponto pela malha da rede. As NTICs podem não criar sozinhas a transformação superestrutural que delas se espera (como nenhuma outra tecnologia, por sinal), mas ainda assim abrem as portas necessárias para que tal transformação ocorra. O que é preciso, neste caso, é o movimento essencialmente político de concretizá-la.

Se a revolução segundo os princípios marxianos não ocorreu onde as condições produtivas lhe eram aparentemente favoráveis, por que também a revolução informativa não pode ocorrer onde as condições infraestruturais de comunicação não são ideais? Se a Rússia agrária semi-feudal pôde ver sua “socialistização” acelerada a partir do papel revolucionário centralizado dos bolcheviques, por que também a comunicação “coronelizada” do Brasil e do Terceiro Mundo não pode ser transformada a partir da

ação orgânica de atores sociais comprometidos com a emancipação das classes populares?

Por outro lado, no ambiente econômico de países subdesenvolvidos, como o do Brasil e do universo que abordaremos, tais mudanças do “capitalismo avançado” ou nunca chegaram ou chegaram sem alcançar predominância, convivendo concomitantemente com outros modos de produção anteriores (industrial, pré-industrial e, em certos casos em áreas afastadas de grandes centros, similar a um feudal). O mundo é muito mais vasto que as concentrações cosmopolitas, e é necessário considerar os diferentes contextos infraestruturais congruentes com a realidade terceiro-mundista ao propor abordagens de economia política para o desenvolvimento da comunicação internacional. Para isto, o modelo autogestionário – em toda a pluralidade que abarca – se constitui como uma solução possível, exequível e adequada às demandas e constrangimentos dos países em desenvolvimento.

Desapareilhar o Estado também deve ser o princípio da cooperação Sul-Sul no campo da comunicação, tal como feito pelo SKJ. Não se pode mais acreditar em soluções estatistas, sob risco de perder apoio de grande parcela da sociedade descrente na eficiência gerencial do Estado. Até porque, mesmo para parte significativa das tendências de esquerda, a esfera estatal deixou há muito de ser o campo exclusivo – sequer predominante – da luta social.

Não há dúvidas de que hoje, este campo de lutas é o espaço simbólico da comunicação e que o maior poder em disputa é o de representação, de gerar discursos e construir imagens. As classes populares estão em franca desvantagem neste terreno, perdendo o direito à auto-representação para o discurso conservador e unilateral da mídia corporativa. Os *blogs*, wikis e ferramentas de comunicação colaborativa ainda não têm poder de alcance emancipatório que seria desejável. E tampouco parece ser esta a meta da recém-constituída rede de comunicação pública brasileira (TV Brasil e Empresa Brasil de Comunicação, que englobou Radiobrás, Agência Brasil e TVE).

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, Pedro. **Jornalismo Internacional em Redes** (coleção “Cadernos da Comunicação”, vol. 20). Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social/Prefeitura do Rio, 2008.
- AMIN, Samir. “A Vocação Terceiro-Mundista do Marxismo”, in: HOBBSBAWM, Eric. **História do Marxismo**, vol. XI. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. tradução: Carlos Nelson Coutinho.
- ANDERSON, Benedict. **Nação e Consciência Nacional**. São Paulo: Ática, 1989.
- ARÉBALOS, Alberto. **¿Sobrevivirán las agencias noticiosas?**. in: Pulso del Periodismo (publicação eletrônica), n.28. Miami: Universidad Internacional de la Florida, 2000 <<http://www.pulso.org/Espanol/Archivo/art1.htm>> (acessado em outubro/2005)
- AVRAMOVIĆ, Miodrag. **Tanjug: pola veka**. Belgrado: Tanjug, 1993.
- BOGOSAVLJEVIĆ, Milutin. **La Economía Yugoslava**. Belgrado: Publicističko Izdavački Zavod Jugoslavija, 1961.
- BONDHEIM, Menahem. **News over the Wires: the telegraph and the flow of public information in America, 1844-1897**. Cambridge (EUA): Harvard University Press, 1994.
- BOYD-BARRET, Oliver. **Towards the «New Model» News Agencies, The Various Faces of Reality**. Innsbruck (Áustria): APA/Studienverl, 2002. (zbornik/pp.91-96)
- _____. **Final Report of Workshop on News Agencies in the Era of the Internet**. Paris, UNESCO, 2001.
- _____. National and International News Agencies: Issues of Crisis and Realignment In: **International Communication Gazette**, vol. 62, No. 1., 2000.
- _____. **The International News Agencies**. Londres/Beverly Hills: Constable, SAGE, 1980.
- BOYD-BARRET, Oliver; RANTANEN, Terhi. “News Agencies as News Sources: A Re-Evaluation” In: PATERSON, Chris; SREBERNY, Annabelle (orgs). **International News in the 21st Century**. Londres: John Libbey/University of Luton Press, 2004.
- _____. **European National News Agencies: the end of an era or a new beginning?**. Londres: Journalism, abr 2000; vol.I: pp.86-105
- _____. **Global and National News Agencies: opportunities and threats in the age of the Internet**. in: BRIGGS, A., and COBLEY, P. (orgs.), **The Media: An Introduction**, 2nd Edition, Londres: Longman, 2002. 14p.
- BOYD-BARRETT, Oliver; THUSSU, Dhaya Kishan. **Contra-Flow in Global News: international and regional news exchange mechanisms**. Londres/Paris: John Libbey/UNESCO, 1992.
- BRITTOS, Valério Cruz (org.). **Comunicação, Informação e Espaço Público: exclusão no mundo globalizado**. Rio de Janeiro: Papel&Virtual, 2002.

- BRITTOS, Valério Cruz. JAMBEIRO, Othon. BENEVENUTO JR., Álvaro. (org.). **Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia**. Salvador: EdUFBA, 2005.
- BRUS, Wlodzimierz. “O Socialismo Autogestionário Iugoslavo”, in: HOBSBAWM, Eric. **História do Marxismo**, vol. XI. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. tradução: Carlos Nelson Coutinho.
- BUSTAMANTE, Enrique. **Información, Redes y Desarrollo**: una relación tan estrecha como arriesgada. *Comunicação & Política*, n.s., v.4, n.2, p.177-191.
- CAVANAGH, Kevin. **Freeing the Pan-African News Agency**. *The Journal of Modern African Studies*, Vol. 27, No. 2, (Jun., 1989), pp. 353-365. Cambridge (Reino Unido): Cambridge University Press, 1989. 14p.
- COCCO, Giuseppe. “O Pós-Fordismo entre Desterritorialização e Reterritorialização”. in: **Comunicação & Política**, n.s., vol.IV, n.1, p.50-60. Rio de Janeiro: CEBELA (Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos), 1997.
- COMITÊ COORDENADOR DO POOL DE AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS NÃO-ALINHADAS. **News Agencies Pool of Non-aligned Countries**: a perspective. Nova Délhi: Indian Institute of Mass Communication, 1983.
- COUTINHO, Eduardo (org.). **Comunicação e Contra-Hegemonia**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2008.
- DALLEMAGNE, Jean-Luc. **Autogestão ou Ditadura do Proletariado**. Lisboa: Socicultur (Coleção Fermento), 1977.
- DILAS, Milovan. **Conversations with Stalin**. Nova York: Harvest, 1962.
- DOLANC, Stane. **La Liga de los Comunistas de Yugoslavia en el sistema de autogestión (SKJ i socijalističko samoupravljanje)**. trad. Nelson Chale. Belgrado: Komunist, 1975.
- DOWNING, John D. H.. **Internationalizing Media Theory**: transition, power, culture: reflections on Media in Russia, Poland, and Hungary, 1980-1995. Londres: Sage, 1996.
- _____. **Mídia Radical**. São Paulo: Senac, 2002.
- EL PAÍS. “El senegalés M'Bow, reelegido director general de la Unesco. Continúan en Belgrado los debates en torno al papel de la comunicación en la sociedad”. *El País*, 30 de setembro de 1980. [disponível em http://www.elpais.com/articulo/sociedad/M/26apos/BOW/_AMADOU_MAHTAR/UNESCO/senegales/M/Bow/reelegido/director/general/Unesco/elpepisoc/19800930elpepisoc_2/Tes/ e acessado em fevereiro/2009]
- FERREIRA, Argemiro. **Informação e Dominação**: a dependência informativa do Terceiro Mundo e o papel do jornalista brasileiro, Rio de Janeiro: Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro, 1982.
- FIGUEIREDO, Newton Carlos de. Entrevista a Antony Devalle e Maria Aparecida Costa (UERJ), pessoalmente, 8 de maio de 2002 (íntegra em http://www2.uerj.br/~cte/download/newton_carlos.pdf).
- FRAU-MEIGS, Divina. Convergence, Internet Governance and Cultural Diversity. in: STORSUL, Tanja. STUEDAHL, Dagny (orgs.). **Ambivalence Towards Convergence**: digitalization and media change. Tampere: Nordicom, s/a.

- GALTUNG, Johan. RUGE, Marie Holmboe. The Structure of Foreign News: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers In: **Journal of Peace Research**, vol. 2. Oslo: International Peace Research Institute, 1965.
- GOLDING, Peter; MURDOCK, Graham (orgs.). **The Political Economy of the Media**. Cheltenham (Reino Unido)/Brookfield (EUA): The International Library of Studies in Media and Culture, v. I, 1997a. + v. II, 1997b.
- GÓMEZ MOMPART, Josep L.. MARÍN OTTO, Enric. **Historia del Periodismo Universal**. Madri: Síntesis, 1999.
- GOSOVIC, Branislav. "Global Intellectual Hegemony and the International Development Agenda" in: **International Social Science Journal**. vol.52, n.166 (16/12/2002), pp.447-456. Paris: UNESCO, 16/12/2002.
- _____. "Yugo-Nostalgie: for a comprehensive approach to the problems of the West Balkans". **ZNet** (publicação eletrônica), 22/5/2008. [disponível em: <http://www.zcommunications.org/znet/viewArticle/17703>, acessado em 13/9/2008]
- GRAMSCI, Antonio. **Intelectuais e Organização da Cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- HACHTEN, William; SCOTTON, James. **The World News Prism: global information in a satellite age**. Wiley-Blackwell, 2006.
- HAKEMULDER, Jan. DeJONGE, Fay Ac. SINGH, P.P.. **News Agency Journalism**. Nova Délhi: Anmol Publications, 1998.
- HAMELINK, Cees J. "A Política de Comunicação Global". in: **Logos**, vol. 15, n. 28. Rio de Janeiro: UERJ, 2008. pp.10-25.
- HANKE, Steve H.. "La 'Escoba' del Titoísmo: cómo países en vías de desarrollo compensan los mercados laborales débiles". in: **El Norte**, 24/4/2007. México: 2007. disponível em <http://www.elcato.org/node/2444>, acessado em nov./2008
- HARVEY, David. **A Produção Capitalista do Espaço**. São Paulo: Annablume, 2006. 2ª ed
- _____. **Spaces of Capital**. Nova York: Routledge, 2001.
- _____. **Spaces of Global Capitalism**. Londres: Verso, 2006.
- HAŠKOVEC, Slavoj; FIRST, Jaroslav. **Introducción al Trabajo de las Agencias de Noticias**, Santiago de Cuba: Editorial Oriente, 1984.
- HEMER, Oscar & TUFTE, Thomas (orgs.). **Media & Glocal Change: rethinking communication for development**. Buenos Aires: Clacso/Norden (Suécia): Nordicom, 2005.
- HOBBSBAWM, Eric et. al. (orgs.). **História do Marxismo**, vol. X. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- _____. **História do Marxismo**, vol. XI. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- HOHENBERG, John. **O Jornalista Profissional: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.
- HORVART, Branko. **Socialismo Autogestionário: origens e evolução**. CECA, 1990.

- IBRAHIMAGIĆ, Omer. **Informisanje u samoupravnom udruženom radu**. Sarajevo: Institut za društvena istaživanja Fakulteta političkih nauka "Veljko Vlahović", 1978.
- IVAČIĆ, Pero. **The Non-Aligned Countries and their News**. UNESCO Courier, mai-jun/1986 (abr/1977). Paris: UNESCO, 1986.
[http://findarticles.com/p/articles/mi_m1310/is_1986_May-June/ai_4375051]
- JAKUBOWICZ, Karol. **Third World News Cooperation Schemes in Building a New International Communication Order: do they stand a chance?**. International Communication Gazette, jan 1985; vol.36: pp.81-93
- KARDELJ, Edvard. **Rumos da Democracia Iugoslava**. Rio de Janeiro, 1953.
- KIRAT, Mohamed. WEAVER, David. **Foreign News Coverage in Three Wire Services: a study of AP, UPI, and the Nonaligned News Agencies Pool**. International Communication Gazette, jan 1985; vol.35: pp.31-47
- KOVSE, Tanja. **South-South Cooperation: a select, annotated bibliography, 1961-1986**. Liubliana: Centro de Pesquisa para Cooperação com Países em Desenvolvimento, 1986.
- KRUGLAK, Theodore E.. "The Role and Evolution of Press Agencies in the Socialist Countries". **International Communication Gazette**, jan 1975; vol.21: pp.1-18.
- KULJIĆ, Todor. **Yugoslavia's Workers Self-Management**. in: Titoist League UK. 17 de agosto de 2008. documento eletrônico disponível em <http://titoism.wordpress.com/2008/08/17/yugoslavias-workers-self-management/>, acessado em agosto/2008.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul**. São Paulo: EdUSP/ComArte, 2002 (2ª ed.).
- LALIĆ, Vojislav. **Od Avale do Tanjuga: agencijsko novinarstvo u Srbiji i Crnoj Gori**. Belgrado: Tanjug, 2005.
- _____. **Tanjug javlja....** Belgrado (Sérvia): Tanjug, 2004 (2ª ed.).
- Law on the Press**. Iugoslávia (Gov. of the federative people's republic of Yugoslavia). Belgrado: 1948.
- LAZAREVIĆ, Dragovan. JOVANOVIĆ, Nebojša. **Agencijsko Novinarstvo**. Belgrado: Čigoja, 2008 (2ª ed.).
- LEKOVIĆ, Zdravko. BJELICA, Mihailo. **Les Politiques de la Communication en Yougoslavie**. Paris: UNESCO, 1977.
- LIMA, Marcos Costa (org.). **Dinâmica do Capitalismo Pós-Guerra Fria: cultura tecnológica, espaço e desenvolvimento**. São Paulo: UNESP, 2008.
- LIMA, Maria Regina Soares de. HIRST, Monica (orgs). **Brasil, Índia e África do Sul: desafios e oportunidades para novas parcerias**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- MACHADO, Elias. **La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo**. Tese de Doutorado em Jornalismo e Ciências da Comunicação. Faculdade de Ciências da Comunicação, Universidade Autônoma de Barcelona. Barcelona: junho de 2000.
- _____. **O Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

- MALEK, Abbas; KAVOORI, Anandam P. (orgs.). **The Global Dynamics of News:** studies in international news coverage and news agenda. Ablex Publishing, 2000.
- MARX, Karl. **Introdução a uma Contribuição para a Crítica da Economia Política.** 1859. <http://www.vermelho.org.br/museu/img/obras/bibliomarx.asp>
- _____. The Opinion of the Journals and the Opinion of People. in: **The Civil War in the United States.** New York: International Publishers, 123-7, 1974. (originalmente publicado em *Die Presse*, 31 december 1861).
- MATTELART, Armand. **Comunicação-Mundo:** história das técnicas e das estratégias. Petrópolis: Vozes, 1994.
- _____. **Multinacionais e Sistemas de Comunicação:** os aparelhos ideológicos do imperialismo. São Paulo: Ciências Humanas, 1976.
- MOHAMMADI, Ali (org.). **International Communication and Globalization: a critical introduction.** Sage, 1997.
- MILINKOVIĆ, Boško (org.). **Aktuelna pitanja u oblasti informisanja i ostvarivanje uloge i zadataka SSRN.** Belgrado: Savezna konferencija SSRNJ, 1980. 109p.
- MOND, Georges H.. **Press Concentration in Socialist Countries.** International Communication Gazette, jan 1974; vol.20: pp.145-161.
- MORAES, Antonio Carlos Robert. **Ideologias Geográficas:** espaço, cultura e política no Brasil. São Paulo: Hucitec/Annablume, 2005.
- MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communication:** rethinking and renewal. Londres: Sage, 1996.
- MURO BENAYAS, Ignacio. **Globalización de la Información y Agencias de Noticias:** entre el negocio y el interés general. Barcelona: Paidós, 2006.
- NAŠA STAMPA. **Idejno-Politički Aspekti Izgradnje Sistema Informisanja na Osnovama Socijalističkog Samoupravljanja.** Belgrado: Naša Stampa, julho-agosto 1975.
- NASCIMENTO, Claudio. “Do Beco dos Sapos aos Canaviais de Catende”. in: **Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária.** Brasília: Ministério do Trabalho e Emprego/Secretaria Nacional de Economia Solidária, s/d. [documento eletrônico disponível em http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/prog_becosapos.pdf, acessado em setembro/2008]
- NATHAN, D.V.. **Delhi Meet on Non-Aligned News Pool:** a step to blow up communication monopoly. Indian Press, vol. 3, n. 8, agosto/1976, pp.7-9.
- NIKOLIĆ, Pavle. **El Sistema Socio-Político de Yugoslavia.** Belgrado: Secretariado de Información de la Asamblea de la R.S.F. de Yugoslavia, 1974.
- NOGUEIRA Filho, Paulo. **Autogestão:** participação dos trabalhadores na empresa. Rio de Janeiro: José Olympio, 1969.
- Novinari i novinarstvo u razvoju samoupravnog informisanja.** Belgrado: Republička konferencija SSRN Srbije, 1983. 87p.
- OBRADOVIĆ, Slobodan. **Novinska agencija Tanjug: 5.novembar 1943.- 5.novembar 1979. godine.** Belgrado: 1978.

- _____. **Tanjug u Srbiji**. Belgrado: 1992.
- OPAT, Jaroslav. "Do Antifascismo aos 'socialismos reais': as democracias populares" in: HOBSBAWM, Eric et. al. (orgs.). **História do Marxismo**, vol. X. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. tradução: Carlos Nelson Coutinho. pp.228-250.
- OREČ, Mate. **Osnovi Sistema Informisanja**. Sarajevo: Privredni Pregled/Oslobođenje, 1977.
- _____. **Sistem Informisanja u SFRJ i u Svetu**. Belgrado, 1971.
- OSOLNIK, Bogdan. **El Nuevo Orden Internacional de la Información y los Medios de Difusión**. Belgrado: Jugoslovenska Stvarnost/Međunarodna Politika, 1980.
- PATERSON, Chris. **News Agency Dominance in International News on the Internet**. in: SKINNER, D., COMPTON, J. and GASHER, M. (orgs.) *Converging Media, Diverging Politics: A Political Economy of News in the United States and Canada*. Lexington/Rowman and Littlefield, 2005. pp. 145-164. 24p.
- _____. **The News Agency Stranglehold on Global Political Discourse**. trabalho apresentado ao EMTEL: New Media, Technology and Everyday Life in Europe Conference Londres: LSE, 2003. 15p.
- PATERSON, Chris; SREBERNY, Annabelle (orgs). **International News in the 21st Century**. Londres: John Libbey/University of Luton Press, 2004.
- PAVLIĆ, Breda. HAMELINK, Cees J.. **The New International Economic Order: links between economics and communications/U1484**. April 1986
- PEČUJLIĆ, Miroslav (org.) **Dokumenti/prilozi. Konferencija šefova država ili vlada nesvrstanih zemalja, 1976. Kolombo**. (trad. Ljubica Bačić). Belgrado: Komunist/Tanjug: Međunarodna politika, 1977.
- PAŠIĆ, Najdan. **El Sistema Socio-Político de Yugoslavia**. Belgrado: Comité Federal de Informaciones/Savezni komitet za informacije, 1975.
- PAVLIČ, Breda. HAMELINK, Cees J.. **The New International Economic Order: links between economics and communications/U1484**. April 1986
- PEČUJLIĆ, Miroslav (org.) **Dokumenti/prilozi. Konferencija šefova država ili vlada nesvrstanih zemalja, 1976. Kolombo**. (trad. Ljubica Bačić). Belgrado: Komunist/Tanjug: Međunarodna politika, 1977.
- PFISTER, Roger. **Africa's Right to Information: a review of past developments and future prospects**. in: Social Science Computer Review. vol.17, n.88. 1999.
- PIASECKA, Renata. **Polish Press Agency and the idea of a New Information Order between 1960-1972**. in: Studia Medioznawcze, vol.24, n.1, 2006. Varsóvia: Instytut Dziennikarstwa, Universidade de Varsóvia, 2006. [disponível em http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2006_1_24piase.htm, acessado em junho/2008]
- PIASECKA-STRZELEC, Renata. **Review of Socialist Countries Press Agencies**. in: Studia Medioznawcze, vol.32, n.1, 2008. Varsóvia: Instytut Dziennikarstwa, Universidade de Varsóvia, 2008.
- _____. **Socialist Countries' Press Agency Conference Issues in the 1970s**. in: Studia Medioznawcze, vol.33, n.1, 2008. Varsóvia: Instytut Dziennikarstwa, Universidade de Varsóvia, 2008.

- PINCH, Edward T.. **The Flow of News:** an assessment of the Non-Aligned News Agencies Pool. In: Journal of Communication, vol. 28, nº 4 págs.163-71. Washington: ICA, 1978.
- PINHEIRO GUIMARÃES, Samuel. **Quinhentos Anos de Periferia.** Porto Alegre/Rio de Janeiro: EdUFRGS/Contraponto, 2002. 4ª ed.
- PIZARA, Pjetro. **Dimni Signali: vodič za kritičku upotrebu novina i televizije.** Belgrado: Tanjug/Konrad Adenauer Stiftung/Fundação Konrad Adenauer, 2008. (trad. de PISARRA, Pietro. **Segnali di Fumo: guida all'uso critico di giornali e TV** (collana Linguaggi). Roma: Editrice AVE/Nuova Responsabilità, 1995. 2ª ed.)
- QUEIROZ, Bertino Nobrega de. **A Autogestão Iugoslava** (coleção Tudo É Historia; vol. 54). São Paulo: Brasiliense, 1982.
- QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando. **Estructura Internacional de la Información.** Madri: Síntesis, 1998.
- RAO, N. Bhaskar. **Non-Aligned News Agencies.** Press and Public Relations, vol.7, n. 1, novembro/1976, pp.13-16
- RADOJKOVIĆ, Miroljub. **Međunarodno Komuniciranje.** Belgrado: Zavod za Udžbenike i Nastavna Sredstva, 1987.
- RANTANEN, Terhi. **The Global and the National:** media and communications in post-communist Russia. Lanham (EUA): Rowman & Littlefield, 2002.
- REIS Filho, Daniel Aarão. **Uma Revolução Perdida:** a história do socialismo soviético. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1997.
- REYES MATTA, Fernando. **A Informação na Nova Ordem Internacional.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- ROBINSON, Gertrude Joch. "Foreign News Selection Is Non-Linear in Yugoslavia's Tanjug Agency". **Journalism Quarterly**, n.47: pp.340-51, 1970.
- _____. **News Agencies and World News:** in Canada, the United States and Yugoslavia: methods and data. Friburgo (Suíça): University of Fribourg, 1981.
- _____. **Tito's Maverick Media:** the politics of mass communications in Yugoslavia. Chicago: University of Illinois Press, 1977.
- SALINAS, Raquel. **Agencias Transnacionales de Información y el Tercer Mundo.** Quito: The Quito Times, 1984.
- ŠARANOVIĆ, Mihailo (org.). **Nesvrstani u Nju Delhiju: [dokumentarna hronika o Ministarskoj konferenciji nesvrstanih zemalja 9-13. februara 1981. godine, Nju Delhi, o Pulu novinskih agencija nesvrstanih, svet o delhijskom skupu i dvadesetogodišnjici nesvrstavanja].** Belgrado: Tanjug, 1981.
- SAVEZ KOMUNISTA YUGOSLAVIJE (SKJ). **El Camino Yugoslavo:** programa de la Liga de los Comunistas de Yugoslavia, adoptado por el VII Congreso de la Liga de los Comunistas de Yugoslavia, celebrado el 22 de abril 1958, en Ljubljana. Santiago do Chile: Prensa Latinoamericana. s/ data.
- SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de Massa e Desenvolvimento.** trad. Muniz Sodré. Rio de Janeiro: Bloch, 1964.
- _____. **Mass Media and National Development.** Stanford (EUA), 1964.

- SCHRAMM, Wilbur & ATWOOD, E.. **Circulation of News in the Third World**. Hong Kong, 1981.
- SCHWARZLOSE, Richard Allen. **The American Wire Services: a study of their development as a social institution**. Manchester, NH (EUA): Ayer, 1979
- SHRIVASTAVA, K.M.. **News Agencies: from pigeon to Internet**. Nova Délhi: New Dawn Press/Sterling, 2006.
- SMITH, N. **Desenvolvimento Desigual: natureza, capital e a produção de espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1988.
- SOARES, Jurandir. **Iugoslávia: guerra civil e desintegração**. Porto Alegre: Novo Século, 1999.
- SOUZA, Márcio Vieira de. “Redes de Comunicação: globalização, desterritorialização e cidadania”. **Observatório da Imprensa/Rede de Informações do Terceiro Setor** (publicação digital), 22 de agosto de 2005.
- SOJA, Edward W.. **Geografias Pós-Modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- SPARKS, Colin. **Communism, Capitalism, and the Mass Media**. Londres: Sage, 1998.
- SPLICHAL, Slavko. FERLIGOJ, Anuška. BATAGELJ, Vladimir. “Understanding Criteria of News Selection in Mass Communication: a clustering approach”. **Quality and Quantity**, nº 14. Amsterdã: Elsevier, 1980. pp.605-618.
- SPLICHAL, Slavko; FERLIGOJ, Anuška; ČEPLAK, Metka Mencin. **Construction of Reality of Mass Communication: the case of Tanjug news agency**. Ljubljana: RSS 1977.
- SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle. “Results of International Cooperation”. **Journal of Communication**, 34, 1984.
- STAAB, Joachim Friedrich. **The Role of News Factors in News Selection: a theoretical reconsideration**. European Journal of Communication, dez 1990; vol.5: pp.423-443
- STOŠIĆ, Branko. **Tanjug u jugoslovenskom sistemu javnog informisanja**. Belgrado: 1986.
- SURVAR, Stipe. “O 70º Aniversário da Revolução de Outubro – República Federativa da Iugoslávia”. in: **Socialismo & Democracia**, ano IV, nº 13. São Paulo: Alfa-Ômega, 1988. tradução: Luiz Roberto Vidal
- TARTARIAN, Roger. **The Multinational News Pool**. Murrow Reports: Medford (EUA): Universidade Tufts, 1798 (mimeogr.).
- THUSSU, Daya Kishan. **International Communication: continuity and change**. Londres: Hodder Arnold, 2006. 2ª ed.
- TOPUZ, Hifzi. “News Agencies in Africa”. **International Communication Gazette**, jan 1962; vol.8: pp.48-52.
- TRAGTENBERG, Maurício. **Reflexões sobre o Socialismo**. São Paulo: EdUNESP, 2008 (Coleção Maurício Tragtenberg), 8ª edição revista.

UNESCO - Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação. **Um Mundo e Muitas Vozes:** comunicação e informação na nossa época (Relatório MacBride), Rio de Janeiro: FGV, 1983.

UNESCO. **A Documentary History of a New World Information and Communication Order Seen as an Evolving and Continuous Process: 1975-1986.** Paris: UNESCO - Division of Free Flow of Information and Communication Policies, 1986.

_____. Las noticias extranjeras en los medios de comunicación; la información internacional en 29 países. In: **Estudios y Documentos de Comunicación Social**, nº 93, Paris: UNESCO, 1987.

_____. **News Agencies: their structure and operation.** Paris: UNESCO, 1953.

UNKOVSKI-KORICA, Vladimir. **This Was My Yugoslavia.** 2002. [<http://members.tripod.com/crveni/index3.htm#>], acessado em julho/2008.

VARIS, Tapio. **Transnational Corporations and World Information Flows.** 7a Conferência Geral da International Peace Research Association. Oaxtepec (México): IPRA, 11-16/dezembro/1977.

YADAVA, J. S.. **Politics of News: Third World perspective.** Concept: 1984.