



Estratégias para o Espaço na Comunicação Sul-Sul: do não-alinhamento à produção colaborativa¹

Pedro AGUIAR²
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

O trabalho se propõe traçar uma trajetória das estratégias de circulação de informações na comunicação entre países em desenvolvimento (eixo Sul-Sul), desde a experiência do Movimento Não-Alinhado nos anos 1970-1980 até a recente expansão do colaborativismo, sob uma perspectiva da questão do espaço: que fronteiras, territorialidades e “urbanias” são constituídas, tanto entre estas sociedades quanto entre as desenvolvidas. Para isso, são discutidos os determinantes que a organização da produção capitalista coloca à construção da espacialidade, a hegemonia das noções capitalistas de espaço urbano sobre o cenário global e de que forma as iniciativas abordadas se contrapõem a estes modelos. Toma-se como objeto aqui o modelo operacional de agências de notícias internacionais em contraste com o *pool* de cooperação não-alinhado liderado pela Iugoslávia.

Palavras-chave

espaço; comunicação sul-sul; Iugoslávia; Movimento Não-Alinhado; Pool das Agências de Notícias Não-Alinhadas (NANAP)

Nos anos em que o mundo esteve imerso sob a bipolaridade, 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, 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

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² mestrando em Comunicação e Cultura, linha Mídias e Mediações Socioculturais, ECO/UFRJ. e-mail: pedroaguiar@ufrj.br



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 exequíveis em diversos níveis da organização política e social – inclusive em campos simbólicos, da cultura e da comunicação. Tais alternativas tinham buscavam, intrinsecamente, serem adequadas às necessidades e idiossincrasias do Terceiro Mundo³, 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: 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 representação 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

³ 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).



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.

1. Não-alinhamento, autogestão e espaços da comunicação

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 pobres.

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 ao 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.⁴

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.⁵

⁴ SALINAS, Raquel. *Agencias Transnacionales de Información y el Tercer Mundo*. Quito: The Quito Times, 1984. pág.97

⁵ SALINAS, Raquel. op. cit., pág. 26.



Entretanto, a identificação da origem das desigualdades nas agências não bastava, se não se estendesse à compreensão de que a própria operação dos sistemas 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...⁶

Desde então, 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 oitocentista, cujo modelo de produção e operação é basicamente fordista, centralizado, irradiado e altamente dependente da padronização e da economia de escala. Sua mais-valia 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). É necessário compreender agências de notícias não como aparatos de *produção* de informações, mas antes de tudo de *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 atualmente websites.

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 informações Norte-Sul. Ainda assim, não alcançam o mesmo espaço como fontes privilegiadas de notícias, seja por questões de confiabilidade ou de penetração comercial.

⁶ SHUKLA, V. C. in: *Communicator*, 1976, p.26. apud SALINAS, Raquel. op. cit., pág. 176.



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 não-alinhados sentiram ter encontrado essa chave ao elaborarem a idéia de cooperação sistemática e institucionalizada entre as agências de notícias nacionais de seus Estados-membros: o Pool das Agências de Notícias Não Alinhadas (NANAP, na sigla em inglês). 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.⁷

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 representativa⁸, 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 (chamados na literatura de “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

⁷ SALINAS, Raquel. op.cit., pág.176-177.

⁸ No sentido de representatividade política (como “democracia representativa”), não representação simbólica.



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 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-alinhamento⁹.

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: 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)¹⁰. De acordo com Hanke (2007), “em seu apogeu, no início dos anos 70,

⁹ 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.

¹⁰ 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. 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

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 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 iugoslavo, 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).

2. 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)¹¹.

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. 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. 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;

¹¹ A teoria marxista posterior condenou o modelo stalinista como “capitalismo de Estado”, enquanto o socialismo autogestionário titoísta seria chamado, ironicamente, de “socialismo de mercado”.



grifo meu). Ou seja, o tempo – embora sem ser o eixo determinante – forma com o espaço 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 da 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.¹²

O autor enfatiza 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

¹² MORAES, A.C.R.. *Ideologias Geografias*. São Paulo: Hucitec/Annablume, 2005. pág.22



condicionam pelo andamento dos processos). Para ele, a chave está em avaliar as determinações do modo de produção social conferindo a elas “substantividade” no 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 anti-colonialista, para soberania) será vista a seguir.

3. Espaços de representação 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 artífices 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. Podem, de forma geral, ser consideradas “componentes da iconografia da nacionalidade” (Cf. BOYD-BARRETT, 1980; 2000).

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 100 anos antes do resto do Sul, por volta da Primeira Revolução Industrial. Já na África e na Ásia, esse processo foi posterior, 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 saibamos que 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.

Ora, acontece que a autopercepção da nação por meio de seu relicário, monumentos e patrimônio comum é especialmente dificultada quando se lhe nega o próprio direito a construir, por si só, tal patrimônio. 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 estereótipos, generalizações e pré-concepções. 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 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’.¹³

O problema é que a aplicação do mesmo modelo de gestão dos espaços das metrópoles para as relações interestaduais, 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 Coruscant¹⁴ 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.¹⁵

Não por acaso, a crítica enxerga a prática do cerceamento dos espaços como tipicamente burguesa, própria das necessidades do capital em organizar a produção

¹³ 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)

¹⁴ 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.

¹⁵ SOJA, E. op.cit., pág.103



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 (o marketing *open business* da banda Calypso e a versão internacional do funk “PopoZão” são exemplos) e, embora não tenha a intenção de cumprir a utopia da sociedade sem classes, que criasse *loci* de convivência que no real são impraticados. Pobre e classe média estariam na mesma comunidade do orkut, ainda que freqüentassem trechos separados da praia.

Da mesma maneira, em escala ampliada, “o virtual” permite diálogos improváveis e antes sobrecustosos, como a re-legendagem humorística de vídeos de Bollywood por brasileiros¹⁶ ou o mesmo feito por romenos que levou a fama repentina em Bucareste o videoclipe de uma canção infantil religiosa¹⁷. O virtual, de fato, alterou *potencialmente* as dinâmicas de trocas interculturais no espaço global de circulação de informações, abriu canais e pavimentou estradas (information 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.

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. Muito pelo contrário: as barreiras se renovam e trocam de natureza quanto aos territórios que cercam e quanto ao conteúdo que filtram.

¹⁶ 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”.

¹⁷ 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).



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.¹⁸

Os limites dos territórios lingüísticos, por exemplo, são fronteiras óbvias do espaço de circulação de cada sujeito no virtual¹⁹. 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 ponte²⁰. 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 (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.²¹

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 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

¹⁸ COCCO, G. op.cit., pp.58-59

¹⁹ 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.

²⁰ 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.

²¹ COCCO, G. op.cit., pp.57-58



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.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, P. **Jornalismo Internacional em Redes**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social/Prefeitura do Rio, 2008. (coleção “Cadernos da Comunicação”, vol. 20)
- ANDERSON, B. **Nação e Consciência Nacional**. São Paulo: Ática, 1989.
- BOYD-BARRETT, O. **The International News Agencies**. Londres/Beverly Hills: Constable, SAGE, 1980.
- _____. “Constructing the Local: news agencies re-present the world” in: ABBAS, M., KAVOORI, A.P. (orgs.). **The Global Dynamics of News**. Stamford (EUA): Ablex, 2000. pp.299-321.
- COCCO, G. “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.
- HANKE, S. 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, D. **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.
- IVAČIĆ, P. **The Non-Aligned Countries and their News**. UNESCO Courier, mai-jun/1986 (abr/1977). Paris: UNESCO, 1986.
- LEKOVIĆ, Z. BJELICA, M. **Les Politiques de la Communication en Yougoslavie**. Paris: UNESCO, 1977.
- MORAES, A. C. R. **Ideologias Geográficas: espaço, cultura e política no Brasil**. São Paulo: Hucitec/Annablume, 2005.
- REIS Filho, D. A. **Uma Revolução Perdida: a história do socialismo soviético**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1997.
- SALINAS, R. **Agencias Transnacionales de Información y el Tercer Mundo**. Quito: The Quito Times, 1984.
- SMITH, N. **Desenvolvimento Desigual: natureza, capital e a produção de espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1988.



SOJA, E. W.. **Geografias Pós-Modernas**: a reafirmação do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.