

Observatórios: qual comunicação¹

Anita SIMIS²

Universidade Estadual Paulista, Araraquara, SP

RESUMO

A temática da digitalização da informação está cada vez mais presente em diversos estudos e os observatórios da web já se tornaram objeto de diversas pesquisas. Este trabalho tem o objetivo de evidenciar questões acerca deste processo de investigação, particularmente daquelas que tratam da área da informação, comunicação e cultura, tendo em vista a agilidade que a digitalização implica na produção de dados sobre produção, distribuição e consumo das indústrias culturais.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; observatórios; dados culturais.

No contexto da crescente globalização que vivenciamos, a comunicação hoje assume um papel inequívoco e não podemos deixar de lembrar que ela é a chave na propagação de uma visão de mundo. Entretanto, embora o Brasil seja hoje um país mais afirmativo e independente na sua política externa, no que tange à comunicação com diversos países, particularmente os de área fronteira, seu desempenho ainda deixa a desejar. Sublinhamos que a comunicação, em sua vertente cultural, tem a difusão prejudicada, mesmo que seja por demais citada como exemplo de um percurso inexplorado e a ser trilhado. Assim, mesmo levando em conta as transformações que a digitalização da comunicação implica nas indústrias culturais (editorial, audiovisual, música, entre outras), ainda não temos um intercâmbio cultural que nos aproxime, propiciando trocas e vivências inclusive com os países geograficamente próximos e, em especial, os latino-americanos.

Em outras palavras, questionamos as assimetrias existentes ao redor do planeta em relação ao desenvolvimento das indústrias culturais. Se o assunto é pontuado, o que prevalece não é alteração desta dinâmica, mas a tônica do discurso liberal da liberdade de expressão. Mesma esta, no entanto, não se traduz na defesa do indicador mais importante de uma democracia: a liberdade para se fazer críticas, a liberdade para se contestar o controle

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² É Livre Docente em Sociologia da Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2010), professora da Graduação e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Atualmente é diretora administrativa da SOCICOM (Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação). Foi presidente da ULEPICC-Brasil (União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura) 2008-2010. E-mail: anita@fclar.unesp.br

da informação que se apóia em fontes abstratas para enunciar informações mentirosas (Cf. Yúdice, 2005). Assim, qualquer pretensão de fortalecimento de uma política da diversidade cultural em âmbito mais amplo é esvaziada porque não se encontra inserida no novo complexo industrial – militar - de entretenimento.

Por outro lado, diante das profundas transformações que o processo de modernização nos impõe, é fundamental atualizar, reinterpretar essa realidade, viabilizando o surgimento de novas abordagens teóricas e metodológicas, descartando, por insuficientes, as análises que explicam, sem refutar, a subordinação da cultura latino-americana à hegemonia da cultura norteamericana e suas respectivas e insatisfatórias políticas culturais.

Neste sentido, faz-se imprescindível organizar instrumentos que possam respaldar esse movimento, que tenham como ponto de partida o objetivo de congregar não apenas reflexões, informações e dados de diversos países, mas principalmente que articule-os metodologicamente com vistas à construção de um projeto de integração política e cultural mais plural que aprofunde e garanta a consolidação das democracias no continente. E é esta preocupação que norteou a presente pesquisa em relação aos Observatórios existentes na rede web.

Observatório: acerca de uma definição

A leitura de alguns trabalhos sobre o tema dos observatórios mostra que não há uma definição exata sobre o que eles são, nem uma delimitação precisa e ao mesmo tempo abrangente. Mas, poderíamos associá-lo a um instrumento criado para observar de modo específico um fenômeno no tempo e no espaço. Faço notar que este espaço é físico e virtual e tem sido alargado como decorrência do empenho de organismos estatais, públicos e privados, inicialmente com trabalhos divulgados por meio da imprensa escrita e depois na internet. Participam de sua elaboração fundações, ONGs, instituições acadêmicas, institutos e centros de pesquisa, sindicatos.

Esta definição tem a vantagem de ser abrangente o suficiente para incluir até mesmo os observatórios astronômicos. Mas nosso recorte diz respeito a fenômenos circunscritos à cultura política e transmitidos pelas indústrias culturais, indústrias que se organizam em cadeias produtivas como criação, produção, distribuição e consumo de conteúdos e experiências culturais. Neste sentido, é mais adequado trabalhar com a classificação mais precisa, introduzida por Albornoz e Herschmann (2006, p.5), de observatórios de informação, comunicação e cultura, mesmo notando grandes diferenças entre eles:

Embora haja uma grande variedade e riqueza de observatórios de informação, comunicação e cultura é possível dividi-los em dois conjuntos, com os seguintes enfoques básicos: um primeiro grupo, em que os observatórios são concebidos como espaços articuladores da cidadania a partir do qual pode-se monitorar o funcionamento dos meios de comunicação (“observatório fiscal”) e, outro, em que são considerados como novos organismos que colaboram através de suas intervenções e reflexões na formulação de políticas públicas (“observatório *think tank*”).

No que diz respeito ao tipo “fiscal” pode-se afirmar que os observatórios vinculam-se às experiências do ombudsman e dos direitos do cidadão e é interessante a tese defendida por Garzón (2011) que procura responder qual papel os observatórios e ouvidorias desenvolvem no processo de democratização da informação na América Latina a partir da presença da cidadania nestes meios. Conforme Garzón (2011, p.20), trata-se de um recurso dos cidadãos para “enfrentar os problemas de esvaziamento dos outros poderes, entre eles o poder da mídia. A partir deles se busca a participação ativa e crítica dos cidadãos.” E mais adiante reconhece que o conceito de observatório surge como um “‘pretexto’ dos pesquisadores para explorar o que significa a mídia.” Os observatórios se apresentam como instrumentos para fazer frente à mídia, como experiências de *media criticism*, ou revisão crítica das tarefas desenvolvidas pelas mídias e assim funcionam também como um instrumento pedagógico midiático no intuito de despertar os cidadãos para a complexidade da função do jornalismo. Neste sentido, poderíamos sugerir que muitas vezes, mais que uma metalinguagem sobre os meios de comunicação, trata-se de um espaço fértil de militância de diversas tendências.

Essa caracterização relaciona-se, principalmente, com o contexto em que surgiram os observatórios de mídia, como o pioneiro e emblemático Media Watch Global, criado em 2002, um “quinto poder”, segundo Ramonet, que explicita:

Foi por isto que propusemos a criação do Observatório Internacional da Mídia (a sigla em inglês é MWG, de Media Watch Global). Para que, finalmente, fosse possível dispor de uma arma cívica da qual os cidadãos se pudessem servir para enfrentar o novo super poder dos grandes meios de comunicação de massa. Este observatório é a expressão do movimento social planetário que se reuniu em Porto Alegre, no Brasil. Justamente em meio à ofensiva da globalização liberal, ele expressa a preocupação de todo mundo diante da nova arrogância das indústrias gigantes da comunicação. (RAMONET, 2003)

Como apontam Rebouças e Mota (2010, p.86)

Em muitos países, segundo a legislação, os meios de comunicação têm finalidade social, sendo que os eletrônicos – rádio e

televisão – configuram-se como concessões públicas. Contudo, essa finalidade pública é dificilmente posta em prática, tendo em vista a força mobilizada pelos grupos empresariais em defesa de seus interesses.

É nesse contexto que os observatórios de mídia surgem como alternativa de controle social. A ação dos observatórios junto à mídia busca limitar a prioridade econômica do lucro máximo e tenta instituir o interesse social em seus conteúdos. E é assim que os observatórios de mídia colaboram com o progresso democrático. Suas práticas variam desde a formação de grupos de interesse até o fornecimento de informações especializadas, consultorias e assessorias. **Agem não apenas na democratização da comunicação, mas também para a democratização da sociedade como um todo.** (grifo meu)

Por outro lado, tomando a caracterização do tipo observatório *think tank*, acrescentaria que suas intervenções e reflexões se transformam na verdade em ferramentas estratégicas que impulsionam agendas e formulam políticas não apenas públicas, mas privadas também, nas mais diversificadas temáticas, com a pretensão de, oferecendo informações, agendar demandas e assim influir nas proposições e realizações. Vale a pena reproduzir as palavras de outro trabalho que Albornoz e Herschmann (2008, p.4) participaram, desta vez com Santos, e que esclarece mais sobre o tipo *think tank*:

um organismo com capacidade de intervir na elaboração das políticas públicas direcionadas a questões que dizem respeito aos setores da informação, da comunicação e/ou da cultura. Sugerem, portanto, que o desafio deste trabalho de observação e análise não é tanto o de denunciar ou criticar (o que é também uma possibilidade legítima), mas o de orientar com o fim de elaborar idéias e propostas que contribuam para o aperfeiçoamento das políticas de algum setor e/ou que promovam o desenvolvimento do conjunto das indústrias culturais locais/nacionais, sempre tendo como parâmetro os interesses coletivos e não somente os interesses de um setor específico. Este tipo de observatório pretende articular as suas pesquisas e intervenções com a elaboração de políticas públicas, através da construção de diagnósticos, avaliando o comportamento de um ou mais setores e/ou planejamento de projetos. Em geral, para a implementação dessas atividades, os coordenadores desses organismos dispõem de indicadores e ferramentas metodológicas, de caráter quantitativo e qualitativo. Com frequência, este tipo de observatório está inserido na própria estrutura do aparato estatal e, portanto, é financiado com recursos públicos e em grande medida em universidades.

Rebouças e Mota avançam na tentativa de classificação de Albornoz e Herschmann sinalizando outros aspectos relacionados à estrutura e desenvolvimento dos observatórios de mídia que podemos aqui resumir. Além das características que formam os observatórios fiscal e *think tank*, eles acrescentam outras: o observatório laboratório; o fórum de discussão; o centro de aglutinação e difusão de informações; os espaços para capacitação e

educação; os projetos dentro de movimentos sociais, estando este último no limite do que poderia ser classificado como uma característica.

Mas, há também aqueles que surgiram com o propósito de realizar pesquisas e, principalmente, oferecer indicadores cujo cálculo necessita a integração de dados e permita a realização de sínteses. E, por fim, encontramos ainda ao menos um que poderíamos considerar um Observatório dos observatórios. Referímo-nos ao Observatorios em Red – medios de comunicación en América Latina³, composto por 11 observatórios latino-americanos, que, em seus objetivos gerais, propõe

mejorar las capacidades de incidencia de los observatorios de medios latinoamericanos a nivel nacional y regional, en una dinámica de diálogo permanente, para beneficio del desarrollo y democratización de cada país y de políticas comunicativas regionales.

Trata-se de uma rede sem um centro, com uma “comunicación permanente e interactiva en la que cada integrante tiene una función específica para enriquecer al conjunto” e que tem a pretensão de influir sobre os meios públicos e privados. Começou em 2007, com sete países e hoje conta com dez: CIVITAS (Guatemala); Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (Perú); Fucatel (Chile); Observatório da Imprensa (Brasil); Red Andi América Latina (Brasil); Observatório Nacional de Medios (ONADEM) (Bolívia); Instituto de Investigación de Medios (Argentina); Fundamedios (Equador); Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela); Observatorio Nacional de Medios de Comunicación (Nicaragua) e Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje (Colômbia).

Exemplos de Observatórios Latino-Americanos

Recorremos à interessante pesquisa que Damas e Christofolletti (2006) realizaram no sentido de identificar, tipificar e classificar as experiências de observatórios latino-americanos. Trata-se de uma amostra representativa de dez experiências registradas em seis países para traçar um esboço da natureza, da estrutura e do funcionamento dos observatórios da América Latina. Eles apontaram os traços comuns encontrados em dez experiências de seis países que aqui resumo em poucas linhas: todos reconhecem a importância da comunicação e dos meios para a consolidação das democracias modernas, todos se sentem insatisfeitos com a atual condição dos meios, todos reivindicam uma outra

³ Cf. <http://observatoriosenred.calandria.org.pe/secc.php?secc=objetivos>

forma de entender e exercer a prática jornalística, todos reivindicam um outro público consumidor, mais participativo, todos exercem constante, regular e sistemático de monitoramento, intencionalidade revisionista ou reformista no sentido de aperfeiçoar a mídia e seus processos, todos operam com diversidade e criatividade, todos estão convictos da importância de divulgar a atividade de monitoramento, todos tem predileção pelo emprego de novas tecnologias (websites, blogs ou o envio de newsletters eletrônicas).

A variedade dos assuntos analisados pelos observatórios é outro ponto a ser destacado: infância, jovens, questões de gênero, eleições, os direitos humanos, etc. Mas, embora cada observatório tenha uma preferência, pode-se dizer que “todos estão interessados na avaliação das coberturas em termos de uma ética jornalística.” Assim, podemos citar os observatórios brasileiros da Imprensa, nascido como site na web em maio de 1998; do Direito à Comunicação, em funcionamento desde fevereiro de 2007; o mexicano Observatorio de Medios que trabalha com a qualidade dos conteúdos dos meios e elabora um informativo anual com índices de qualidade dos diversos meios de comunicação do país; o boliviano Observatorio de Medios (ONADEM) que iniciou em 2006; o Observatorio para la Sociedad de la Información en Latinoamérica y el Caribe (OSILAC), que dispõe de um rico banco de estatísticas e indicadores sobre TIC em toda região, e muitos outros, bem como o já citado Observatorios em Red – medios de comunicación en América Latina.

No entanto, se uma grande parte está envolvida com o monitoramento dos meios, principalmente seu conteúdo jornalístico e informativo, parecem ser em número menor os observatórios latino-americanos que trabalham além da informação, isto é, com a temática cultural propriamente dita.

Entre esses, sem a pretensão de esgotar os exemplos, podemos apontar os seguintes:

- **Observatorio del Mercosur Audiovisual (OMA)** um instrumento criado pela RECAM (órgão consultor do Mercosul na temática cinematográfica e audiovisual, formado por autoridades governamentais nacionais) com o objetivo de obter, processar e divulgar dados e informação sobre cinema e audiovisual dos países do Mercosul para contribuir para o desenvolvimento produtivo e para a integração da indústria e da cultura audiovisual regional;
- **Observatório de Indústrias Criativas** que produz a coleta, processamento e disseminação de informações quantitativas e qualitativas sobre as indústrias criativas locais.

Além de desenvolver indicadores específicos e processamento de dados estatísticos, tem um pós Diretório Indústrias Criativas, com informações sobre o valor acrescentado, emprego, exportações, consumo, produção e conteúdo para todo o setor criativo e seus subsetores;

- **Observatório de Políticas Culturales (OPC)** que tem no setor cultural chileno sua base e se preocupa em conhecer mais sobre a história do setor cultural, suas dimensões, suas ações tanto por parte do setor público, como do privado, contribuindo para o estudo das políticas culturais. Está ligado à Universidade do Chile, mas conta com o apoio da Embaixada da França e da Sociedade Chilena do Direito de Autor e tem ainda o patrocínio da Unesco;
- **Observatório da Cultura** é uma iniciativa da Secretaria Municipal da Cultura de Porto Alegre, com a missão de ser um centro de referência para tomada de decisões em Política Cultural e a promoção da importância da cultura e das artes para o desenvolvimento social e econômico através da produção, estudo e difusão da informação;
- **Observatório da Diversidade Cultural (ODC)** uma organização não-governamental que desenvolve programas de ação colaborativa entre gestores culturais, artistas, arte-educadores, agentes culturais e pesquisadores. O objetivo é produzir informação e conhecimento, gerar experiências e experimentações, atuando sobre os desafios da proteção e promoção da diversidade cultural. O ODC busca construir competências pedagógicas, culturais e gerenciais; incentivar e realizar pesquisas e práticas inovadoras, além de proporcionar experiências de mediação no campo da diversidade cultural – entendida como elemento estruturante de identidades coletivas abertas ao diálogo e respeito mútuos;
- **Observatorio Del Cine y El Audiovisual Latinoamericano (OCAL-FNCL)** que contem um banco de dados especializado no mercado de cinema e audiovisual latino-americano permitindo investigar o seu comportamento e evolução. Fornece informações sobre a produção e comercialização de filmes em cinemas com a possibilidade de ser estendido nas fases futuras da televisão e audiovisual em geral;
- **Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (OBITEL)** fundado em 2005 e que hoje é composto por especialistas em teledramaturgia de onze países. Tem por objetivo fomentar o desenvolvimento de pesquisas sobre produção, circulação e recepção da teleficção, inclusive estudos comparativos e de recepção, bem como promover a produção e circulação de programas. Desde 2007 tem se empenhado na publicação de um anuário em três línguas;

- **Observatório Itaú Cultural**, criado em 2006, com o objetivo de refletir sobre a cultura e subsidiar a elaboração de políticas plurais ao setor, por meio do diálogo entre especialistas brasileiros e estrangeiros. Para tal, o programa realiza encontros, publicações e projetos, alguns em parceria com outras instituições. Sua missão consiste em elaborar, organizar e difundir estatísticas da cultura; estudar as práticas culturais; promover análises e identificar gargalos no funcionamento do setor no Brasil;
- **Portal Iberoamericano de Cooperación y Gestión Cultural**, projeto lançado em 2000 pelo Programa de Gestão Cultural da Universidade de Barcelona que visa servir à cultura profissional que coleta e fornece acesso gratuito aos recursos digitais relacionados com as políticas de gestão e cultural e contribui para a construção e desenvolvimento do espaço cultural ibero-americano, para incluir e promover iniciativas de ambos os da Península Ibérica e da América Latina ou em outro lugar e é dirigido aos milhares de gestores culturais interessados em Cooperação Latino-Americana Cultural em todo mundo.

Este elenco ainda poderia ser maior se inseríssemos todos os outros observatórios voltados para a cultura de um dos países latino-americanos, todos outros cuja importância é local ou mesmo aqueles que se referem a apenas uma manifestação cultural, como a música, o teatro, a teleficação e o cinema, como exemplificamos acima.

Para encerrar esse tópico, gostaria ainda de citar o trabalho de Castro (2008), contendo a proposta de desenvolvimento das bases para um Observatorio Latinoamericano de las Industrias de Contenido (OLICON). Tal observatório viria preencher uma lacuna: dar visibilidade para a realidade latinoamericana e suas indústrias culturais, desenvolvida tanto em plataformas analógicas como digitais, construindo assim por meio de nomenclaturas e links uma padronização das informações sobre as indústrias de conteúdo e sobre a convergência digital. O trabalho articulou 11 especialistas de diferentes países e impressiona pela abrangência dos dados que pretende abarcar a partir da conceituação de Indústrias de Conteúdo:

Industria que abarca toda la producción digital, pensada para las nuevas tecnologías de información y comunicación, para la convergencia digital y, planteada principalmente en función de la inclusión social. Es decir, abarca nuevos modelos de negocios, nuevas estructuras tecnológicas, nuevos lenguajes para esos medios digitales, nuevas maneras de relacionarse con los diferentes públicos, nuevos profesionales capacitados para nuevas demandas. También es posible plantear y desarrollar estas industrias independientemente de factores como tiempo, espacio o localización geográfica, pues incluyen la interactividad y la movilidad posibilitada por celulares y computadoras de mano. Las industrias de contenidos se distinguen de las demás, entre otros factores,

porque posibilitan la participación de las personas en la construcción de contenidos. (CASTRO, 2008, p.105)

Assim, as indústrias que serão tratadas pelo OLICON são:

1. La industria editorial
2. La industria del cine
3. La industria de televisión
4. La industria de la radio
5. La industria discográfica
6. La industria de contenidos para celulares
7. La producción musical independiente
8. La producción audiovisual independiente
9. Los contenidos para Web
10. La industria de los juegos electrónicos (games)
11. Los contenidos producidos para la convergencia digital (cross media) (CASTRO, 2008, p.106).

Considerações finais

Uma das vocações principais dos observatórios é alargar o campo da comunicação, traçando novos espaços por onde fluem com liberdade discursos, informações, dados, pontos de vista, argumentos que ocupam um espaço cada vez mais amplo. E no âmbito da cultura, ainda que de forma muito difusa, é possível identificar um esforço no sentido de alimentar este instrumento com o objetivo de mapear, identificar entraves que impedem a organização de uma cultura política democrática nos países que compõe a América Latina. Pelo que foi exposto, já foram dados muitos passos para a constituição de um espaço que congregue não apenas informações e dados de diversos países, mas principalmente que articule-os metodologicamente com vistas a uma política mais democrática. Certamente esse esforço será alcançado se envolver a comunicação entre as diversas experiências já em andamento, bem como se otimizar critérios que possam subsidiar políticas culturais conjuntas.

REFERÊNCIAS

ALBORNOZ, Luis; HERSCHMANN, Micael e SANTOS, Suzy. Analisando o crescimento do número de observatórios de comunicação, cultura e informação no Brasil. **XVII Encontro da Compós**, São Paulo, jun/2008. <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/20c36452adba687023fbd7bdd1b846c4.pdf> acesso em 21/6/2011.

ALBORNOZ, Luiz A. e HERSCHMANN, Micael. Os observatórios Ibero-americanos de informação, comunicação e cultura: balanço de uma breve trajetória. Compós, **Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação**, dez/2006. site: www.compos.com.br/e-compos, acesso em 20/jun/2011.

CASTRO, Cosette. Indústrias de Contenidos en Latinoamérica. Documento de Grupo de Trabajo eLAC2007, 2008. http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Gdt_eLAC_meta_13.pdf

DAMAS, Susana Herrera e CHISTOFOLETTI, Rogério. Mídia e democracia: um perfil dos observatórios de meios na América Latina. **UNirevista** - Vol. 1, nº 3, jul. 2006.

GARZÓN, Maria P. T. **Observatórios e ouvidorias: experiências de críticas mediáticas e cidadania na América Latina**. Tese de Doutorado, UFRGS, Porto Alegre, 2011.

RAMONET, Ignacio. O quinto poder. Publicado na edição brasileira do **Le Monde Diplomatique** nº 45, outubro de 2003, <www.diplo.com.br> e também em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd211020032.htm>. Acesso em 10/jun/2011.

REBOUÇAS, Edgard e CUNHA, Patrícia. Observatórios de mídia como instrumentos para (da) democracia in **Seminário Internacional de “Periodismo, ética e democracia”**, Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicación para América Latina – Ciespal, Quito, 20 a 22 de out. 2009. Site: <http://pt.scribd.com/doc/26685847/Ponencia-Edgar-Rebouscas>, acesso em 20/jun/2011 agora em **RECIIS – R. Eletr. de Com. Inf. Inov. Saúde**. Rio de Janeiro, v.4, n.4, p.85-93, Nov., 2010 - <http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/viewArticle/413>

YÚDICE, George. Nuevo activismo en tiempos de imperialismo. **Estudios de Sociología**, Araraquara, 18/19, p. 67-88, 2005.

Sites

<http://www.recam.org/?do=oma>

<http://observatoriosenred.calandria.org.pe/index.php>

<http://www.eclac.org/socinfo/osilac/>

<http://observamedios.com/main.asp?CatID=Home&InfoID=home>

<http://www.gestioncultural.org/portal.php>

<http://observatoriodadiversidade.org.br/site/institucional/>

<http://culturadesenvolvimentopoa.blogspot.com/>

<http://www.observatoriopoliticasculturales.cl/OPC/ser.html>

<http://www.obitel.net>

http://www.itaucultural.org.br/index.cfm?cd_pagina=2686

http://www.eldeber.com.bo/rblog/onadem/2008/01/observatorio_nacional_de_medio_1.htm

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/>

<http://www.direitoacomunicacao.org.br/>

<http://observatorioic.blogspot.com/>