



COLEÇÃO CULT

Diversidade Cultural: políticas, visibilidades midiáticas e redes

Giuliana Kauark, José Márcio Barros
& Paulo Miguez (Org.)



EDUFBA

Diversidade cultural e o campo do audiovisual: novos desafios na era digital¹

*Luis A. Albornoz**

O conceito de diversidade cultural – polissêmico e multidimensional, devemos reconhecer – ocupa um lugar central nos debates sociais contemporâneos. Abordar, atender, integrar ou incorporar a “diversidade” são agora novos lugares comuns das políticas públicas. Isto é também válido para as políticas públicas da cultura e da comunicação.

Parte da importância adquirida por este novo conceito e sua aplicação a diferentes aspectos da vida atual reside no trabalho que vem sendo desenvolvido pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), com a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural

*Professor do Departamento de Jornalismo e Comunicação Audiovisual da Universidade Carlos III de Madri. Codiretor do projeto de pesquisa A diversidade da indústria audiovisual na era digital (ref. CSO2014-52354-R) do Programa Estatal de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (I+D+i) Orientada aos Retos da Sociedade do Ministério de Economia e Competitividade da Espanha. <lalbornoz@hum.uc3m.es>

(UNESCO, 2001; doravante “a Declaração Universal”) e a Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade de Expressões Culturais (UNESCO, 2005; doravante “a Convenção de 2005”), e por diferentes organizações sociais, como a Rede Internacional de Políticas Culturais (RIPC) e a Rede Internacional para a Diversidade Cultural (RIDC).

Neste contexto, pesquisadores das universidades espanholas Carlos III de Madri, Complutense de Madri e de Salamanca desenvolveram o projeto de pesquisa *A diversidade cultural e o setor audiovisual: boas práticas e indicadores*. Esse projeto se desenvolveu durante o triênio 2012-2014 e se propôs a abordar a problemática da diversidade cultural no sistema de funcionamento dos diferentes setores que conformam o audiovisual (cinema, televisão, rádio, fonografia, videogames). Com este objetivo, a pesquisa fixou os seguintes objetivos:

- O conhecimento e a análise das consequências de diferentes tipos (institucionais, normativas, políticas, etc.) emanadas da ratificação da Convenção da UNESCO sobre a diversidade cultural por parte do Estado espanhol (25.10.2006) e de outros países, com atenção especial ao setor audiovisual.
- A identificação de fatores e circunstâncias que constituem um obstáculo à diversidade das expressões culturais no audiovisual.
- A identificação daquelas “boas práticas” que fomentam a diversidade de expressões culturais na indústria audiovisual.
- A elaboração de uma série de indicadores capazes de dar conta do grau de diversidade cultural que apresenta uma determinada indústria audiovisual, através da qual possam ser detectadas falhas, com a finalidade de orientar políticas públicas no setor audiovisual.

Em nível institucional, essa pesquisa tem sua continuidade no projeto “A diversidade da indústria audiovisual na era digital”, (ref. CSO2014-52354-R, Espanha) que se desenvolve durante o biênio 2015-2016. O projeto de pesquisa atual, em que este capítulo está inscrito, é duplo: em primeiro lugar, procura abordar a questão da diversidade na

indústria audiovisual no ambiente digital; em segundo lugar, busca acompanhar a evolução e aplicação da Convenção de 2005.

Partimos do princípio de considerar que a aplicação exclusiva das regras do mercado audiovisual representa uma ameaça à diversidade cultural, pois esta situação seria equivalente a uma homogeneização do audiovisual baseada numa lógica exclusivamente econômica e comercial, que excluiria expressões audiovisuais “menos rentáveis” ou carentes dos recursos e mecanismos de apoio necessários para sua expressão. Portanto, a efetiva proteção e promoção da diversidade cultural no audiovisual precisa contar com mecanismos capazes de diagnosticar o grau de diversidade cultural (e as problemáticas inerentes a esta) que as expressões exibem.

Grande parte do trabalho desenvolvido ao longo dos últimos três anos no quadro do projeto de pesquisa estão disponíveis em site na internet: <www.diversidadaudiovisual.org>. Trata-se de uma plataforma de gestão do conhecimento voltada a todos os interessados na problemática da diversidade nas indústrias culturais, em geral, e no setor audiovisual, em particular. Através de suas variadas seções, esta plataforma oferece abertamente um amplo conjunto de conteúdos tanto de produção própria quanto de terceiros, organizados em subdivisões.

Interessa refletir sobre o sistema de desenvolvimento do conceito da diversidade cultural e, particularmente, abordar o desenvolvimento da Convenção de 2005. Trata-se de um texto muito importante porque consagra a diversidade cultural como princípio em âmbito internacional. A Convenção foi proclamada pela UNESCO em sua XXXIII Conferência Geral, realizada na cidade de Paris, de 3 a 21 de outubro de 2005, com os votos a favor de 148 delegações presentes; quatro abstenções: Austrália, Nicarágua, Honduras e Libéria; e somente dois países, que ainda não ratificaram a Convenção de 2005, votaram contra: os Estados Unidos da América (EUA) e seu aliado geopolítico Israel.

Fazer parte da Convenção de 2005 não é só um gesto político de boas intenções. Uma convenção, na linguagem jurídica da UNESCO

e do Direito internacional, significa assinar um tratado internacional juridicamente vinculante. Até hoje (junho de 2015) a Convenção de 2005 já foi ratificada por 138 países e pela União Europeia. Trata-se da mais nova das convenções da UNESCO no âmbito cultural, que rapidamente foi firmada por um conjunto muito amplo de países e que pode ser uma nova ferramenta que contribua para a governança internacional do mundo, uma espécie de contrapeso à liberalização dos bens e serviços de todo tipo – inclusive os audiovisuais –, hoje defendidos através da Organização Mundial do Comércio (OMC).

A Convenção de 2005 reconhece a natureza específica dos bens e serviços culturais como portadores de identidade, valores e sentidos, e reafirma o direito soberano dos Estados para elaborar políticas públicas culturais. Dessa forma, o texto valoriza o princípio de soberania cultural. Além disso, a Convenção deseja que artistas, profissionais, outros atores da cultura e os cidadãos de todo o mundo possam criar, produzir, difundir e desfrutar de um amplo leque de bens, serviços e atividades culturais.

O artigo 4 da Convenção de 2005, que consagra as definições de algumas noções-chaves relacionadas com a problemática da cultura e da diversidade, expressa que a diversidade cultural

[...] se manifesta não apenas nas variadas formas pelas quais se expressa, se enriquece e se transmite o patrimônio cultural da humanidade mediante a variedade das expressões culturais, mas também através dos diversos modos de criação, produção, difusão, distribuição e fruição das expressões culturais, quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados. (UNESCO, 2005, p. 4)

Insisto: “quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados”. Portanto, sem dúvida alguma, a Convenção de 2005 tem importância tanto para o presente como para o futuro das relações culturais; importa tanto para o mundo tradicional analógico como para o mundo que já é do presente e que vai ser do futuro, que é o mundo digital.

Protecionistas versus livre-cambistas

O prólogo da Convenção de 2005 aconteceu durante as negociações da Ronda Uruguai (1986-1993) do GATT (Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio; em inglês, General Agreement on Tariffs and Trade) sobre a inclusão do audiovisual na lista de bens e serviços a liberalizar, que enfrentou – simplificando o debate – duas posições, a dos livre-cambistas e a dos protecionistas, e abriu portas para a ideia de “exceção cultural”. A possível inclusão do audiovisual – filmes e séries de televisão – no conjunto de serviços a liberalizar representou, portanto, o atestado de óbito de todos aqueles instrumentos destinados a promover a produção e difusão de produtos culturais postos em prática por vários países ao longo do século passado, como cota de conteúdos, subsídios para produção e distribuição ou incentivos fiscais.

No debate, os protecionistas (as delegações francesa, belga e canadense, principalmente), embora reconhecendo o valor econômico de toda mercadoria cultural, insistiram no valor simbólico dos bens e serviços audiovisuais e na intrínseca relação desses com as identidades dos diferentes grupos sociais. Deixadas ao jogo livre da máquina capitalista, que propicia a concentração empresarial e as economias de escala, muitas expressões culturais correriam o risco de desaparecer com uma clara possibilidade de homogeneização cultural que isso implicaria. Diante deste perigo, é necessário contar com uma intervenção pública capaz de assegurar a diversidade no conjunto das indústrias culturais. Dessa forma, a fórmula “exceção cultural” pressupunha a proteção do audiovisual da lógica *laissez faire, laissez passer*, defendida, então, pelo GATT e agora pela OMC.

Os defensores da fórmula “exceção cultural” argumentaram, em relação aos filmes e séries de televisão, que não é possível aplicar a essas produções as regras que regem os intercâmbios dos bens liberalizados pelo GATT, porque os produtos audiovisuais – como qualquer bem ou serviço de natureza cultural – não constituem bens parecidos com os demais.

O debate chamou a atenção e muitas organizações hoje nucleadas na Coalizão para a Diversidade Cultural² começaram a trabalhar na defesa da existência de diversas expressões culturais em suas origens geográfica, linguística, étnica, etc. Por outro lado, delegações de diferentes países do Conselho da Europa e da UNESCO começaram trabalhos que desencadeariam na Declaração sobre a Diversidade Cultural (Conselho da Europa, 2000), na Declaração Universal e, posteriormente, na Convenção de 2005. Em nível ibero-americano, a Carta Cultural Ibero-Americana (SEGIB/OEI, 2006), adotada pela XVI Cimeira Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo (Montevidéu, 4 e 5 de novembro de 2006), também inspira-se no princípio da diversidade cultural, reconhecendo no seu preâmbulo que a diversidade cultural “se nutre e se promove por meio da livre interação e do intercâmbio em condições de igualdade entre todas as culturas.” (SEGIB;OEI, 2006: p.7)

A votação da Convenção de 2005 mais uma vez evidenciou o enfrentamento de duas posições. O então ministro francês da Cultura e Comunicação, Renaud Donnedieu de Vabres (2004-2007), disse: “Não somos mais a ovelha negra neste tema. A Europa está unida. Compartilha os valores que temos defendido”. (RIDDING, 2005) Além disso, o político francês indicou a profunda assimetria que registra o mercado do audiovisual em escala internacional: “Os filmes de Hollywood representam 85 por cento dos ingressos vendidos em todo o mundo. E nos Estados Unidos, apenas 1 por cento dos filmes exibidos são de fora dos Estados Unidos”. (RIDING, 2005) Por outro lado, o delegado permanente da Grã-Bretanha para a UNESCO, Timothy Craddock, afirmou que a Convenção de 2005 tem um texto “claro, cuidadosamente balanceado, consistente com os princípios do direito internacional e dos direitos humanos fundamentais.” (HENLEY, 2005)

Em oposição, como se pode imaginar, a postura liderada pela administração de George W. Bush (2001-2009) era totalmente contrária a isso e também muito coerente em relação à política de diplomacia dos EUA no âmbito cultural internacional. A embaixadora norte-americana

para a UNESCO, Louise V. Oliver, disse que a Convenção de 2005 é um texto ambíguo que “se presta facilmente a ser utilizado como ferramenta para enfraquecer a obrigação constitucional da UNESCO de promover ‘a livre circulação de ideias por palavra e por imagem’”. (UNITED STATES, 2005, p. 2) Segundo a delegação americana,

[...] a presente Convenção, como está escrita, poderia ser utilizada pelos Estados para justificar políticas que poderiam ser usadas ou violadas para controlar a vida cultural de seus cidadãos políticas que um Estado poderia utilizar para controlar o que seus cidadãos podem ver, podem ler, podem ouvir, e o que podem fazer. Nós acreditamos em conformidade aos acordos existentes que o mundo deve assegurar o direito de que todas as pessoas possam tomar decisões por si mesmas. (UNITED STATES, 2005, p. 2)

Posições dominantes no audiovisual digital

Como observamos em outro texto, (ALBORNOZ, 2013) conseguir “o acesso equitativo a uma rica e diversificada gama de expressões culturais provenientes de todo o mundo”, ou “o acesso das culturas aos meios de expressão e de difusão”, (UNESCO, 2005, p. 4) continua sendo um desafio muito significativo não só para os países em desenvolvimento, mas também para os países tecnologicamente desenvolvidos. As redes e suportes digitais têm dificultado o panorama e reavivado um discurso tecno-determinista que conecta automaticamente a tecnologia digital e a diversidade cultural. Sendo assim, o acesso à internet traria automaticamente consigo a diversidade das expressões culturais.

Sem entrar em uma análise detalhada deste discurso, nem negar as novas possibilidades de produção, difusão e intercâmbio que fortalecem as redes e suportes digitais, deve-se ressaltar que este é um discurso que ignora as especificidades de cada indústria cultural e o grande compromisso de cada região e país no desenvolvimento de

suas atividades individuais. Trata-se, da mesma forma, de um discurso que desconhece fenômenos como a reterritorialização da rede pelo *copyright*, a etiquetagem (*tagging*) de conteúdos por parte das poderosas ferramentas de busca, ou a força dos novos intermediários digitais. Desconhece, portanto, as estratégias e táticas dos agentes econômicos e atores sociais, e as políticas dos poderes públicos. Em suma, desconhece o caráter socialmente construído dos mercados da informação, da comunicação e da cultura.

A ilusão colocada nas tecnologias digitais como garantia de uma diversidade cultural automática, há uma década, provou ser apenas isso: uma ilusão. E hoje é claro o desequilíbrio existente entre uma abordagem dominante centrada no mercado capitalista e outra baseada na promoção dos bens comuns, compartilhados. No início de 2012, a seção espanhola da associação científica internacional União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura elaborou o *Manifiesto por el cambio cultural y comunicativo*, (MANIFESTO..., 2012) um documento assinado por mais de uma centena de professores e pesquisadores universitários do campo das ciências da comunicação e da cultura, que denuncia um aumento da concentração empresarial e uma diminuição do pluralismo no âmbito comunicativo e cultural com o seguinte texto:

A situação é agravada qualitativamente uma vez que os novos atores (Google, Apple, Facebook, Amazon, plataformas web de música, audiovisual, informação...) trazem consigo um modelo de concentração muito mais global do que o de indústrias culturais transnacionais ou nacionais, com muito poucos atores – senão monopólios em escala mundial – em todos os campos das redes, plataformas ou serviços. Os mesmos antigos oligopólios audiovisuais, ou empresas, negociam seu lugar na nova cadeia de valor na Rede. (MANIFESTO..., 2012)

Esta concentração tem impacto direto sobre a falta de visibilidade dos conteúdos culturais de diferentes tipos... ou até mesmo na

capacidade de “deletar” da paisagem digital qualquer meio de comunicação com seus conteúdos. Dois exemplos podem ajudar a mensurar o poder que detêm os novos intermediários que habitam o cenário digital e que têm como protagonista a empresa Google Inc. (Google, Gmail, Google Maps, Google+, etc.) O primeiro caso envolve o serviço de notícias do Google News, um site de notícias gerado automaticamente que reúne manchetes de mais de cem fontes de notícias de todo o mundo, agrupa artigos similares e os mostra de acordo com os interesses personalizados de cada leitor; enquanto o segundo caso depende do site da web para fazer *upload* e compartilhar vídeos do YouTube, adquirido pela Google Inc. há quase uma década.

Muitos de vocês conhecem a árdua disputa que as empresas de jornalismo de vários países europeus (Alemanha, França, Espanha) enfrentam com os sites agregadores de notícias da web, em nome do direito da propriedade intelectual. Elas argumentam que os agregadores de notícias se beneficiam dos diferentes conteúdos (textos, imagens e vídeos) que produzem para a internet e que, portanto, eles deveriam pagar-lhes uma taxa para uso e citação dos conteúdos. Por outro lado, empresas como a Google Inc. defendem-se dizendo que o serviço que disponibilizam através de seus agregadores contribuem para aumentar exponencialmente as visualizações mensais dos jornais online e, conseqüentemente, o faturamento publicitário dos mesmos.

Na Bélgica, o Google e a empresa de gestão de direitos autorais Copiepresse, representante de jornais como o *Le Soir* e *La Libre Belgique*, se enfrentaram nos tribunais entre 2006 e 2012 porque o grupo considerava ilegal a publicação de conteúdos das edições digitais dos jornais no serviço Google News. A disputa foi resolvida em favor do Google através da parceria entre a companhia e as editoras jornalísticas em uma ampla gama de iniciativas de negócios para conjuntamente promover seus respectivos produtos: descontos por volume ou melhores comissões de publicidade (promoção no AdWords; melhores acordos de participação nos lucros do AdSense e do AdExchange;

auxílio para o desenvolvimento de produtos e para o desenvolvimento de mais interatividade no Google+; e melhorias na acessibilidade dos conteúdos em dispositivos móveis e tablets).

Entretanto, o que vale ressaltar desses seis anos de disputas legais é a postura dominante do Google na paisagem digital, considerando que seu motor de busca de conteúdo na internet é o site mais visitado em âmbito mundial pelos internautas. Inexplicavelmente para alguns analistas das novas tecnologias da informação e da comunicação – por exemplo: Enrique Dans (2011) –, os tribunais belgas condenaram o Google em três ocasiões por considerar que sua prática violava os direitos autorais, e em maio de 2012 o Tribunal de Apelação de Bruxelas confirmou sua condenação. A empresa estadunidense respondeu a esta medida com a retirada de todos os conteúdos geridos pela Copiepresse tanto do seu buscador geral (Google) quanto do seu agregador Google News. A imprensa espanhola noticiava tal sucesso da seguinte forma: “Uma pesquisa, por exemplo, sobre o *Le Soir* apresentava referências a um jornal de Argel e as citações ao jornal belga em outros sites. Mas nenhuma lista fornecia o link para o endereço digital do jornal”. (GOOGLE..., 2011) O *Le Soir*, em sua edição online, publicou a expressiva manchete: “Google boicota o *Le Soir*”. Este exemplo mostra claramente a capacidade de algumas poucas e poderosas empresas de tornarem invisíveis (ou de diminuir a visibilidade) os bens e serviços online que não se ajustam às suas políticas de presença na paisagem digital.

Em 14 de dezembro de 2014, o Google decidiu encerrar seu serviço Google News na Espanha (GOOGLE, 2014), em desacordo com a nova Lei de Direitos Autorais/Lei da Propriedade Intelectual, que exige dos meios de comunicação a “cobrança”, de forma “inalienável”, de uma taxa aos agregadores de notícia da internet – a legislação não afeta o motor de busca nem a aba “Notícias” do site de buscas. (KASSAM, 2014) Dessa forma, a Espanha torna-se o primeiro país do mundo onde esta empresa norte-americana encerra um serviço que hoje está

disponível em mais de 70 edições internacionais e em 35 idiomas. A empresa, por sua vez, decidiu acompanhar o encerramento do agregador removendo o conteúdo dos meios de comunicação espanhóis de todas as edições deste serviço no mundo. Atualmente os editores espanhóis se enfrentam não só pelo fato de saberem que não cobrarão nada ao Google News, mas também pela incerteza de não saberem como o encerramento do serviço afetará o tráfego de visitas e o acesso através de publicidade. Certamente esta condição será material de reflexão para as empresas e governos interessados em regular as relações entre os diferentes atores no ambiente digital.

O segundo exemplo revelador do poder dos novos intermediários tem como protagonista o YouTube, uma das filiais da Google Inc. Em junho de 2014, o jornal britânico *The Guardian* chamava a atenção do setor das gravadoras de selos independentes³ para informar que o responsável pelos conteúdos e operações comerciais do Google, Robert Kyincl, confirmava que a plataforma YouTube bloquearia os vídeos de todos aqueles selos que não fechassem acordo com o novo serviço de música *premium* via *streaming*. (DREDGE; RUSHE, 2014) Ao final de maio desse mesmo ano, a coalisão internacional de selos independentes, a Worldwide Independent Network (WIN), já havia se manifestado contra os novos termos que o YouTube ameaçava impor. Segundo publicação de diversas fontes, previa-se que o YouTube lançaria um novo serviço de música por *streaming* e com a adesão das três grandes multinacionais que controlam a indústria fonográfica: Sony Music Entertainment (SME), Warner Music Group (WMG) e Universal Music Goup (UMG). A WIN expressou uma grande preocupação com a política do YouTube de dirigir-se diretamente às gravadoras com um contrato padrão e com uma ameaça explícita de que seu conteúdo será bloqueado na plataforma caso não o assine. De acordo com os sócios da WIN, os contratos oferecidos às gravadoras independentes eram muito desfavoráveis, suas condições não eram negociáveis e ainda desvalorizavam as tarifas vigentes de outros serviços por *streaming* já existentes

no mercado (como as tarifas das marcas globais Deezer e Spotify, ou outras regionais, como Rdio, KKBOX e WiMP).

A diretora geral da WIN e presidente da britânica da Association of Independent Music (AIM), Alison Wenham, dizia então:

Nossos membros são pequenas empresas que dependem de uma série de fontes de acesso, tais como *streaming*, para investir em novos talentos. E agora vocês podem ver como uma das maiores empresas do mundo lhes dizem que têm que aceitar termos que estão completamente em dissonância com o resto do mercado. Esta não é uma maneira justa de fazer negócios. A WIN questiona qualquer ação de qualquer organização que busque prejudicar e castigar inúmeros selos e músicos inocentes – assim como seus fãs – só para conquistar seus interesses próprios. Cremos, portanto, que estas ações são desnecessárias e indenfensáveis, para não mencionar comercialmente questionáveis e potencialmente perigosas mesmo para o YouTube. As associações de música independente a nível internacional pedem ao YouTube, em nome dos nossos associados, que trabalhe junto a eles para chegar a um acordo justo e equitativo para todos os selos independentes. (AIM, 2014)

Finalmente, a imprensa internacional informou, em novembro de 2014, que, depois de um ano de indecisões, o YouTube havia chegado a um acordo com Merlin, a gestora de direitos da WIN, que representa 20 mil selos discográficos independentes de todo o mundo, para lançar seu serviço de assinatura de música por *streaming*, o YouTube Music Key. Entretanto, até o momento, não se conhece as cláusulas deste acordo. (SISARIO, 2014)

Declaração sobre a proteção e promoção da diversidade cultural na era digital

Preocupada com essa problemática, a equipe de pesquisadores que desenvolveu o projeto *Diversidade cultural e o setor audiovisual: boas práticas e indicadores* durante o triênio 2012-2014, organizou, nos dias

3 e 4 de outubro de 2013, na Universidade Carlos III de Madri (UC3M), o *workshop* internacional “Proteção e promoção da diversidade no meio audiovisual na era digital”. No encontro foram expostas e debatidas as mudanças que estão acontecendo no audiovisual a partir da sua digitalização integral. Considerou-se, em particular, de que maneira as mudanças causadas pelo novo ambiente tecnológico estão afetando a diversidade das expressões culturais, assim como seu impacto na Convenção de 2005. O *workshop* foi realizado em três sessões de trabalho e contou com a participação de aproximadamente 25 especialistas de diferentes nacionalidades: professores do Departamento de Jornalismo e Comunicação Audiovisual da UC3M, experts da UNESCO, pesquisadores do exterior e de outras universidades espanholas, pesquisadores estrangeiros em processo de pesquisa na UC3M e estudantes de Mestrado e Doutorado do Departamento de Jornalismo e Comunicação Audiovisual da UC3M.

Como resultado do evento, na sessão de encerramento foi apresentada uma série de conclusões, a partir das quais os organizadores do encontro redigiram a *Declaração sobre a proteção e promoção da diversidade cultural na era digital*. (ALBORNOZ et al., 2013) Este documento, acessível através da página criada com o propósito de difusão do workshop,⁴ está disponível nas seguintes línguas: espanhol, inglês, francês, português e chinês.

Deve-se notar que, no planejamento do *workshop* internacional, os organizadores (os professores Luis Albornoz e Ana Segovia) levaram em consideração a recomendação feita na última reunião da Conferência das Partes da Convenção de 2005 de convidar

[...] as Partes que desejem e a sociedade civil a apresentar um relatório à Secretaria sobre os aspectos do desenvolvimento no âmbito digital relacionado com a Convenção, assim como propostas de ações que deveriam empreender para que o Comitê as examine em sua sétima reunião, e solicita ao Comitê que comunique os resultados do seu trabalho na sua 5ª sessão ordinária. (UNESCO, 2013, p. 18)

Em consequência, a Declaração foi apresentada publicamente com o motivo de celebrar a sétima sessão ordinária do Comitê Intergovernamental da Convenção de 2005 da UNESCO (Paris, 10 a 13 de dezembro de 2013). Nesta sessão do Comitê Intergovernamental aconteceu um debate preliminar – no qual entidades representantes da sociedade civil foram convidadas – sobre as tecnologias digitais e seu impacto na Convenção e o papel da radiodifusão pública na conquista dos objetivos da Convenção.

A Declaração contém um total de 20 considerações, recomendações e/ou conclusões, entendendo que a Convenção de 2005 deve alcançar o seu desenvolvimento e aplicação na nova paisagem desenhada pelas redes e suportes digitais.

Em seguida apresentarei uma seleção de seis pontos da Declaração (ALBORNOZ et al., 2013) que acredito serem interessantes para pensar a problemática da diversidade nas indústrias culturais, em geral, e na indústria audiovisual, em particular.

O ponto dois da Declaração reconhece que:

O Relatório da Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação (Relatório MacBride, 1980) e a Declaração do México sobre Políticas Culturais (Unesco, 1982) são dois antecedentes diretos tanto da Declaração sobre a diversidade cultural (UNESCO, 2001) quanto da Convenção de 2005. (ALBORNOZ et al., 2013, p. 23)

Gostaria de lembrar que tanto o *Relatório MacBride* (UNESCO, 1980) quanto a *Declaração do México sobre políticas culturais* são dois documentos decisivos nas posteriores saídas da UNESCO das delegações dos EUA e do Reino Unido. Os EUA se retiraram em 1984 alegando desconformidades com a gestão da Organização, enquanto o Reino Unido, junto com Singapura, se retirou em 1985, afetando consideravelmente o orçamento da Organização.

O terceiro ponto do texto expõe que:

A diversidade cultural não deve ser entendida como um objetivo em si, mas sim como um princípio que contribui para o reconhecimento do outro, do distinto e diferente. Portanto, é necessário combater as possíveis invocações desse princípio por parte de projetos que excluam o outro através da imposição de barreiras de diferentes tipos. (ALBORNOZ et al., 2013, p. 23)

Trata-se de um ponto a destacar que já recorre à própria Convenção de 2005 em seu preâmbulo, quando afirma que “a diversidade cultural se fortalece mediante a livre circulação de idéias e se nutre das trocas constantes e da interação entre culturas”. (UNESCO, 2005, p. 2)

O ponto seis da Declaração refere-se a dois conceitos-chaves na história das Ciências da Comunicação e na luta pela democratização da mídia: o acesso e a participação social. Assim, o documento aponta que:

O acesso e a participação de indivíduos e grupos sociais são condições necessárias para a diversidade cultural no âmbito digital e devem ser princípios orientadores das políticas culturais contemporâneas. (ALBORNOZ et al., 2013, p. 23)

Recordemos que já no final da década de 1970 documentos da UNESCO precisavam do alcance de ambas noções. O acesso se relaciona com a proximidade do público aos sistemas de comunicação, aprovando tanto o nível da escolha de conteúdos quanto da autorregulação. Por outro lado, a participação abarca as ações protagonizadas pela cidadania na produção e no gerenciamento de sistemas midiáticos e é suscetível de ser analisada em três níveis de intervenção da população: na produção de conteúdos, na tomada de decisões e na contribuição para formular planos e políticas de comunicação.

Em suma, [segundo a UNESCO] o acesso se refere ao uso dos meios para o serviço público. Pode ser definido nos termos das oportunidades que o público tem para escolher entre variados e relevantes programas, e para ter um canal de autorregula-

mentação para transmitir suas reações e demandas às organizações a cargo da produção [de conteúdos].

A participação envolve um maior nível de participação pública nos sistemas de comunicação. Inclusive a participação do público no processo de produção, e também na gestão e planejamento dos sistemas de comunicação. (UNESCO, 1977, p. 5)

O oitavo ponto da Declaração faz referência ao papel dos novos intermediários das indústrias culturais na paisagem digital:

Nas novas redes e suportes digitais se verifica um processo de re-intermediação promovido por novos agentes – como Google, YouTube, Facebook, Spotify etc. – e suas alianças com tradicionais conglomerados midiático-culturais, que promovem um questionamento sobre a diversidade cultural nas redes digitais. A atuação desses intermediários ou *gatekeepers* da paisagem digital forma uma espécie de ‘gargalo’ que dá visibilidade e promove determinados conteúdos culturais (‘os mais vendáveis’) em detrimento de outros. A postulada ‘cauda longa’ – metáfora que faz referência à ampla disponibilidade de conteúdos através das redes digitais – funciona como uma ‘cauda longa invisível’. (ALBORNOZ et al., 2013, p. 23-24)

Finalmente, o ponto nove da Declaração interpela a todos/as aqueles/as que trabalham na análise dos fenômenos da Comunicação, especialmente aos pesquisadores das universidades públicas que têm como responsabilidade maior contribuir para o bem-estar geral da sociedade:

É necessário realizar mais pesquisas sobre as estratégias desenvolvidas por esses intermediários do cenário digital em temas sensíveis como: as alianças com os grandes grupos de comunicação e cultura; o etiquetamento de conteúdos; os algoritmos secretos utilizados pelos motores de busca que orientam a visibilidade de materiais pesquisados. (ALBORNOZ et al., 2013, p. 24)

Por último, gostaria de enfatizar que a paisagem hoje desenhada pelas redes e dispositivos digitais constitui um espaço vital para a oferta de conteúdos culturais de qualquer tipo. Os novos intermediários digitais – grandes conglomerados comerciais – vêm crescendo nos últimos anos com vias a ocupar posições dominantes em diferentes segmentos do mercado cultural. Com suas práticas, muitas delas mantidas em segredo, as plataformas transnacionais digitais (Amazon, iTunes, Netflix, YouTube, etc.) desafiam os tradicionais agentes da cultura-comunicação, os governos e a cidadania. É preciso desenvolver pesquisas sobre essa realidade que afeta o setor audiovisual com a finalidade de desenvolver diagnósticos rigorosos e capazes de conceber as ferramentas que tornem os objetivos da Convenção de 2005 uma realidade.

Notas

- 1 Este artigo baseia-se na apresentação oral realizada em 27 de maio de 2014, durante o III Seminário Políticas para a Diversidade Cultural, em Salvador, Bahia.
- 2 CDC: <www.cdc-ccd.org>
- 3 Pequenas e médias empresas que não são nenhuma das três que em 2013 controlaram 75% do mercado mundial da música gravada física e digital – Sony Music Entertainment, Warner Music Group e Universal Music Group.
- 4 <<http://diversidadaudiovisual.org/workshop/>>

Referências

AIM - Association of Independent Music, UK. YouTube Issues Content Blocking Threats To Independent Labels – WIN Statement. Londres, 22 mai. 2014. Disponível em: <www.musicindie.com/news/1360>. Acesso em: 16 mar. 2015.

ALBORNOZ, L. A. *A diez años de la Cumbre mundial de la Sociedad de la Información. Sociedades del conocimiento y diversidad cultural*. Telos, núm. 96 (octubre 2013 - enero 2014). Madrid: Fundación Telefónica, 2013.

ALBORNOZ, L. A. et al. *Declaração sobre a proteção e promoção da diversidade cultural na era digital*. Getafe (Espanha), 4 out. 2013. (Documento apresentado na sétima sessão ordinária do Comité Intergovernamental para a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, UNESCO, Paris 10-13 dez. 2013). Disponível em: <http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/ULEPICC_Final.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2015.

CONSELHO DA EUROPA. *Declaration on Cultural Diversity* (Aprovada pelo Comitê de Ministros em 07 de dezembro de 2000 na reunião 733 de Delegados dos Ministros). Disponível em: <<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=389843>>. Acesso em: 16 mar. 2015.

DANS, E. Copiepresse y el ostracismo. In: *El blog de Enrique Dans*. 17 jul. 2011. Disponível em: <www.enriquedans.com/2011/07/copiepresse-y-el-ostracismo.html>. Acesso em: 16 mar. 2015.

DREDGE, S.; RUSHE, D. YouTube to block indie labels who don't sign up to new music service. In: *The Guardian*, 17 jun. 2014. Disponível em: <www.theguardian.com/technology/2014/jun/17/youtube-indie-labels-music-subscription>. Acesso em: 16 mar. 2015.

GOOGLE firma la paz con los diarios belgas. In: *El País*, 18 jul. 2011. Disponível em: <http://elpais.com/diario/2011/07/16/sociedad/1310767205_850215.html>. Acesso em: 16 mar. 2015.

GOOGLE. Google Noticias en España. *Ayuda de Google Noticias*. Espanha, dez. 2014. Disponível em: <<https://support.google.com/news/answer/6140047?hl=es&authuser=0>>. Acesso em: 16 mar. 2015.

HENLEY, J. Global plan to protect film culture. *The Guardian*, 19 de out. 2005. Disponível em: <www.theguardian.com/world/2005/oct/19/artsnews.filmnews>. Acesso em: 16 mar. 2015.

KASSAM, A. Google News says 'adiós' to Spain in row over publishing fees. In: *The Guardian*, 16 de dez. 2014. Disponível em: <www.theguardian.com>.

theguardian.com/world/2014/dec/16/google-news-spain-publishing-fees-internet>. Acesso em: 16 mar. 2015.

MANIFESTO por el cambio cultural y comunicativo. Tarragona, 24 jan. 2012. Disponível em: <www.rebellion.org/noticia.php?id=143457>. Acesso em: 16 mar. 2015.

RIDING, A. U.S. all but alone in opposing Unesco cultural pact. In: *The New York Times*, 20 out. 2005. Disponível em: <www.nytimes.com/2005/10/20/world/americas/20iht-unesco.html>. Acesso em: 16 mar. 2015.

SEGIB - SECRETARIA GENERAL IBEROAMERICANA; OEI - ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS; Carta Cultural Ibero-Americana. In: CIMEIRA IBERO-AMERICANA DE CHEFES DE ESTADO E DE GOVERNO. 16., 2006, Montevideu. Disponível em: <www.oei.es/xvi/xvi_culturaccl.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2015.

SISARIO, B. Small Labels and YouTube Enter Deal on Licensing. *The New York Times*, 11 nov. 2014. Disponível em: <www.nytimes.com/2014/11/12/business/media/small-labels-and-youtube-enter-deal-on-licensing.html?smid=tw-nytimesmusic&seid=auto&_r=2>. Acesso em: 16 mar. 2015.

UMG and WMG see gains in recorded-music market share in 2013, while Sony/ATV dominates music publishing. *Music & Copyright's Blog*. Informa Telecoms & Media, 6 mai. 2014. Disponível em: <<http://musicandcopyright.wordpress.com/2014/05/06/umg-and-wmg-see-gains-in-recorded-music-market-share-in-2013-while-sonyatv-dominates-music-publishing/>>. Acesso em: 16 mar. 2015.

UNESCO. *Meeting of Self-Managment, Access and Participation in Communication*. Final Report. Belgrado, Yugoslavia, out. 1977. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000303/030337eb.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2015.

UNESCO. Conferência das Partes da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. *Resoluções. CE/13/4. CP/Res*. Paris, 14 de jun. 2013. Disponível em: <www.unesco.org/>

new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_4CP_Resolutions_ENG.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2015.

UNITED STATES. Opposes 'Deeply Flawed' U.N. Cultural Diversity Convention. *Archives*. 21 out. 2005. (Arquivos da Embaixada dos Estados Unidos da América (EUA) em Montevideo Montevideú). Disponível em: <http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2013/04/US_Opposes_Cultural-Diversity-Convention.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2015.