

A NOVA GLOBALIZAÇÃO PÓS-2008 E A RECONFIGURAÇÃO DO SISTEMA DOS MÉDIA OCIDENTAIS

Rita Figueiras

Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal

Nelson Ribeiro

Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal

Resumo O artigo analisa os novos fluxos de capital na indústria dos média, no contexto da globalização pós-2008, e examina como o poder de regimes autocráticos — e dos seus aliados económicos —, está a ser usado no ocidente para influenciar os sistemas de média que são vulneráveis ao capital externo. A partir de casos concretos, o artigo oferece uma elaboração teórica sobre a complexidade dos fluxos de capital no contexto da nova globalização e como esta pode estar a produzir um ambiente adverso ao modelo liberal dos média nas democracias ocidentais.

Palavras-chave democracia, globalização pós-2008, propriedade dos média, sistemas de média.

Abstract The article analyzes the new capital flows in the media industry in the context of post-2008 globalization and examines how the power of autocratic regimes, and their economic allies, is being used to influence the media systems in the west that are vulnerable to foreign capital. Departing from individual cases, the article offers a theoretical elaboration of the complexity of capital flows in the context of the new globalization and how this can be producing an adverse climate to the liberal model of the media in Western democracies.

Keywords democracy, post-2008 globalization, media ownership, media systems.

Résumé L'article analyse les nouveaux flux de capitaux dans l'industrie des médias dans le contexte de la mondialisation post-2008. Il examine aussi comment le pouvoir des régimes autocratiques et de leurs alliés économiques est utilisé pour influencer les systèmes de médias occidentaux qui sont vulnérables aux capitaux extérieurs. À partir de cas concrets, l'article propose une élaboration théorique sur la complexité des flux de capitaux dans le contexte de la nouvelle mondialisation en montrant comment elle pourrait être en train de produire un environnement contraire au modèle libéral des médias dans les démocraties occidentales.

Mots-clés démocratie, mondialisation post-2008, propriété des médias, systèmes de médias.

Resumen El artículo analiza los nuevos flujos de capital en la industria de los medios de comunicación en el contexto de la globalización post-2008 y examina como el poder de regímenes autocráticos, y de sus aliados económicos, está siendo usado para influenciar los sistemas de los medios de comunicación en occidente que son vulnerables al capital externo. A partir de casos concretos, el artículo ofrece una elaboración teórica sobre la complejidad de los flujos de capital en

el contexto de la nueva globalización y como esta puede estar produciendo un ambiente adverso al modelo liberal de los medios de comunicación en las democracias occidentales.

Palabras-clave democracia, globalización post-2008, propiedad de los medios de comunicación, sistemas de comunicación.

Na matriz cultural dos regimes democráticos, o jornalismo foi edificado como uma instituição central na garantia da qualidade dos próprios regimes. Esta matriz moldou a identidade política dos meios de comunicação num conjunto de valores como a qualidade da informação, a diversidade de perspetivas e a pluralidade de opiniões (Keane, 2002: 28).¹

Esta conceção foi igualmente fundadora da agenda de investigação dos estudos de média e jornalismo no ocidente. De acordo com Barbie Zelizer (2004: 149), aquela matriz estruturou a pesquisa em jornalismo em três grandes enfoques que se distinguem em termos de escala e ângulo de análise. A perspetiva de *pequena escala* analisa a relação entre os média noticiosos e o poder político, de onde podemos destacar o estudo das fontes (*v.g.*, Gans, 1979; Erickson, 1989; Schlesinger, 1992). A segunda perspetiva de pesquisa, de *média escala*, constrói o seu objeto de estudo na articulação entre o trabalho jornalístico, o sistema político e os cidadãos, pesquisando, entre outros temas, a cobertura das campanhas eleitorais (*v.g.*, Graber, 1980; Patterson, 1980; Entman, 1989). Por sua vez, a perspetiva de *larga escala* propõe uma visão macro, mais abstrata e estrutural, que se centra na relação entre os sistemas políticos e os sistemas dos média. Neste enfoque destacam-se o trabalho seminal de Dan Hallin e Paolo Mancini (2010 [2004]) sobre os modelos de média que emergem daquela relação, bem como os estudos sobre a globalização e a concentração da propriedade dos média (Tunstall, 2008; Hardy 2008).

Este artigo integra-se no terceiro enfoque ao centrar a sua análise nos novos fluxos de capital na indústria dos média no contexto da globalização pós-2008. Para tal, examina-se como o poder de regimes autocráticos — e dos seus aliados económicos — está a ser usado no ocidente para influenciar os sistemas de média que são vulneráveis ao capital externo. Deste modo, reflete-se sobre como esta nova tendência pode estar a produzir um contexto adverso ao modelo liberal dos média que vigora nas democracias ocidentais.

A crise despoletada pela queda do Lehmen Brothers em 2008 acelerou a recessão económica no ocidente, fez emergir um novo contexto global e um novo perfil de investidores interessados nos média ocidentais, alterando o panorama mediático internacional até então vigente (Tunstall, 2008). Neste contexto, os Estados Unidos da América e a Europa começaram a perder terreno no que diz respeito à sua

1 Artigo elaborado no âmbito do projeto de investigação “Grupos de Media do Atlântico Sul. Singularidades da Modernidade Lusófona”, financiado pela FCT. Referência do Projeto: EXPL/IVC-COM/1691/2012.

supremacia política, económica e simbólica, enquanto outros países fora da geografia ocidental, como a China, a Rússia e Angola, começaram a aumentar a sua relevância internacional. A recessão criou uma oportunidade para que investidores daqueles países entrassem em setores estratégicos de atividade em vários países ocidentais, nomeadamente no setor da comunicação e dos média. Deste modo, a partir de casos concretos o artigo oferece uma elaboração teórica sobre a complexidade dos fluxos de capital no contexto da nova globalização pós-2008 e discute como esta tendência pode estar a produzir um ambiente adverso ao modelo liberal dos média dominante nas democracias ocidentais e a dar lugar a um sistema híbrido que congrega características altamente contraditórias. Se, por um lado, este novo modelo parece assentar nos eixos basilares do modelo liberal, nomeadamente no que diz respeito à autonomia face ao sistema político e ao profissionalismo do jornalismo, por outro lado tem na sua base dimensões associadas ao modelo pluralista polarizado, por definição caracterizado por uma estratégia de instrumentalização dos média por agentes externos que emana de uma relação clientelar entre o poder político e o económico.

Os sistemas de média nas democracias capitalistas desenvolvidas

Ao longo do século XIX, um conjunto de padrões distintos de desenvolvimento relacionados com o estado, o sistema dos partidos políticos, o padrão das relações entre interesses económicos e políticos e o desenvolvimento da sociedade civil, entre outros elementos da estrutura social (Hallin e Mancini, 2010 [2004]: 22), fez emergir na sociedade ocidental diferentes modelos de democracia e sistemas de média distintos.

O estudo de Dan Hallin e Paolo Mancini, publicado pela primeira vez em 2004, sugere isso mesmo, através de uma tipologia de sistemas de média assente em variáveis geoculturais. Os três modelos propostos — o *pluralista polarizado*, o *corporativista democrático* e o modelo *liberal* — conferem, simultaneamente, homogeneidade a um conjunto de países entre si e heterogeneidade à geografia mediática ocidental. Os modelos foram concebidos tendo por base variáveis como o desenvolvimento do jornalismo e a independência em relação ao poder político. No que a esta última diz respeito, os modelos são posicionados num contínuo em que encontramos num extremo o modelo pluralista polarizado e, no outro, o modelo liberal.

O modelo pluralista polarizado caracteriza-se por uma relação imbrincada e de dependência entre a esfera jornalística e o poder político. No entender de Hallin e Mancini (2010 [2004]: 51), esta relação assenta na instrumentalização da primeira pelo segundo, ou seja, no controlo dos média por agentes externos, como partidos políticos, grupos ou movimentos sociais ou até mesmo agentes económicos, que procuram influência política e que, para tal, se servem dos média para pressionar governos e intervir no mundo da política.

A este modelo os autores opõem o modelo liberal que se caracteriza por uma maior profissionalização do jornalismo e por uma maior independência deste face

ao poder político. Esta independência consubstanciou-se num processo de separação e autonomização dos média face ao sistema político. Para Hallin e Mancini (2010 [2004]: 92), a profissionalização é o conceito central da teoria da diferenciação e pode claramente entender-se em termos do grau de distinção do jornalismo de outras ocupações e formas de prática social, cuja identidade se fixou em torno de um *ethos* e de uma *praxis* que lhe conferiram um estatuto de quarto poder na linha da teoria dos *checks and balances* na divisão dos poderes (Gurevitch e Blumler, 1995: 18; Norris, 2000: 22).

No espírito da teoria liberal dos média, esta conceção pode ser desdobrada em três aceções: fórum cívico (os média como um espaço de informação, esclarecimento e mediação entre representantes e representados), *watchdog* (os média como agente de escrutínio da atividade política e de denúncia de abusos de poder) e agente mobilizador (os média como impulsionador do envolvimento cívico dos indivíduos nas questões de relevo da sua comunidade).

Ainda que a tipologia de Dan Hallin e Paolo Mancini seja de inquestionável relevância para os estudos dos sistemas dos média, pelo mérito de ter dado visibilidade às diferentes tradições jornalísticas e de relação com o poder político existentes no mundo ocidental, um conjunto de autores tem apontado diversas fragilidades àquele estudo seminal. As críticas destacam o facto de Hallin e Mancini terem agregado no mesmo modelo sistemas mediáticos com características bastante heterogéneas, e também por partirem do pressuposto de que no modelo liberal não existe uma ligação forte entre os média e a esfera política, o que foi, aliás, criticado sobretudo por James Curran (2011), que demonstra a longa tradição de relação entre os média e o poder político americano. O escândalo em torno do jornal *News of the World* em 2007, entretanto extinto, é também um bom exemplo da teia de favores e mútuas permutas e vantagens entre o magnata da comunicação Rupert Murdoch e o sistema político britânico. Este caso deu, inclusive, origem ao Relatório Levinson,² publicado em novembro de 2012, onde foram propostas novas medidas de regulação da imprensa com vista a robustecer os mecanismos de apoio a uma imprensa efetivamente livre.

Contudo, e apesar de as diferenças culturais, sociais e políticas que estão na base dos três modelos identificados terem validade, tendo em conta o dinamismo tanto das relações entre as esferas política e jornalística bem como dos fluxos de

2 Levinson Inquiry é a designação pela qual ficou conhecido o relatório produzido sobre a qualidade da imprensa britânica, dirigido por Lord Levinson da Comissão de Justiça do Parlamento britânico, na sequência do escândalo que envolveu o jornal *News of the World*, a polícia e o governo britânico. O inquérito centrou-se na cultura, prática e ética da imprensa, consubstanciando-se num conjunto de inquéritos agrupados em quatro módulos: (1) a relação entre a imprensa e os cidadãos, centrando-se na invasão da privacidade decorrente, nomeadamente, de escutas ilegais como estratégia de obtenção de informação para posterior publicação; (2) a relação entre a imprensa e a polícia e as consequências para o interesse público; (3) a relação entre a imprensa e a política; e (4) recomendações para uma regulação mais eficiente que garanta a integridade e a liberdade de imprensa sem prejuízo de uma conduta ética. O relatório pode ser consultado em: <http://www.official-documents.gov.uk/document/hc1213/hc07/0780/0780.asp> (consultado a 09/06/2014).

capital, nas últimas décadas assistimos a alterações significativas nos sistemas mediáticos, nomeadamente no velho continente, onde, nos últimos 30 anos, o processo de integração europeu conduziu à criação de um mercado único e à harmonização da legislação entre os estados-membros. Esta política promoveu a abertura dos mercados europeus de média à iniciativa privada (Hallin e Mancini, 2010 [2004]: 25-26; Papathanassopoulos e Negrine, 2011: 78-79) e a consequente liberalização, desregulamentação e “mercantilização” da indústria (Murdock e Golding, 1999: 118). Posteriormente, esse contexto levou à concentração e transnacionalização das formas de propriedade, com base em processos de globalização e racionalidade financeira dirigidos para a aquisição e fusão de empresas que acumulavam unidades de negócios através de processos de aquisição e fusão vertical e horizontal (Picard, 2002).

Liderando o processo de globalização do século XX do mundo pós-colonial, os principais conglomerados multissetoriais e transnacionais que assumiram uma grande visibilidade na Europa eram de língua inglesa, tendo adquirido um papel dominante na produção e distribuição de conteúdos (Hardy, 2008). Tal levou diversos autores a alertar para a diluição das nuances específicas dos sistemas de média nacionais e para a postura imperial dos Estados Unidos, que pareciam querer homogeneizar e controlar a produção de conteúdos mediáticos a nível global (McChesney, 2001).

Deste modo, a partir do último quartel do século XX, em consequência da globalização, comercialização, desenvolvimento tecnológico, bem como de uma cultura mediática internacional, as diferenças entre os três sistemas de média esbateram-se. Esta evolução conduziu a uma crescente convergência e homogeneização em torno do modelo liberal, dando lugar ao que Hallin e Mancini (2010 [2004]: 262) definiram como a americanização dos sistemas de média europeus e ao desenvolvimento de uma cultura global do jornalismo.

Este desenvolvimento histórico correspondeu igualmente a um processo de autonomia e diferenciação dos média enquanto instituição social, e do jornalismo em particular, face a outras ocupações profissionais e instituições, nomeadamente políticas e económicas (Chalaby, 1996). Isto correspondeu à definição e afirmação de formas específicas de organizar o seu trabalho determinadas pelo próprio campo e de acordo com os seus interesses particulares, podendo-se, por isso, falar de uma “lógica dos média” (Dahlgren, 1996: 63) e de uma “cultura mediática” (Hepp, 2013).

No entanto, desde os anos 90 que a imprensa ocidental atravessa uma crise profunda, decorrente de uma perda contínua de leitores, da transformação do mercado dos média e do valor cultural e político atribuído à informação. Esta crise tem sido ainda ciclicamente agudizada por recessões económicas na Europa e nos Estados Unidos mas, na sua génese, encontra-se o facto de, desde meados do século XX, o público ter transformado os telejornais na sua principal fonte de informação (Delli Carpini e Williams, 2011), relegando a imprensa para segundo plano. Ainda que tal não tenha ocorrido com a mesma intensidade em todos os países, o que se verifica é que várias gerações adquiriram o hábito diário de assistir ao noticiário televisivo transmitido ao final da tarde e não cultivaram a rotina de ler diariamente o jornal.

Para muitos segmentos do público, o telejornal passou a ser o principal meio através do qual adquiriam conhecimento sobre assuntos públicos e sobre o funcionamento da política. Todavia, com a proliferação do número de canais disponíveis, a partir dos anos 70 nos Estados Unidos e dos anos 80 e 90 na Europa, os noticiários começaram a perder a sua capacidade de regenerar audiências, pois uma percentagem crescente de espectadores passou a preferir conteúdos de entretenimento que passaram a estar disponíveis nos canais por cabo.

Deste modo, após um período de 150 anos de expansão iniciado pela imprensa, reforçada pela rádio, e continuado pela televisão, começou-se a assistir a uma rutura categórica nos públicos das notícias (Patterson, 2010: 17). As mudanças ocorreram também devido a várias transformações tecnológicas introduzidas pela internet. Se, por um lado, a era digital possibilitou a expansão do espaço e fluxo noticioso, por outro lado, trouxe retração ao mercado da informação “com o desmoronar do modelo de negócio das notícias” (Fenton, 2010: 41). A percepção da internet como um meio de comunicação gratuito, e a crescente relevância dos *sites* de média sociais — potenciada por *smartphones* e *tablets* — como exemplos alternativos de produção, disseminação e consumo da informação, conduziram à diminuição do valor comercial e simbólico do trabalho jornalístico.

Este novo contexto digital levou à racionalização (cortes de recursos humanos), mercantilização (notícias como mercadoria) e à homogeneização de conteúdos (Fenton, 2010: 45), sem, no entanto, evitar a falência do modelo de negócio do jornalismo, que existia desde a sua industrialização na segunda metade do século XIX. Mesmo nos mercados ocidentais em crescimento, o investimento na imprensa tem vindo a sofrer uma forte retração nos últimos anos, levando ao encerramento de projetos ou à sua aquisição por investidores cuja ligação à área dos média não era até agora conhecida. O melhor exemplo será o mercado americano, no qual, apesar de o investimento publicitário ter crescido 3% em 2012 e cerca de 1% em 2013, nestes mesmos dois anos o setor dos jornais caiu 3% (-12% no caso dos jornais nacionais) e 3,5% (-5,2% nos jornais nacionais) respetivamente.³ Estas perdas, que se acumulam em mais de uma década de quebra das receitas publicitárias da imprensa, levaram ao encerramento de dezenas de títulos nos últimos cinco anos, bem como à compra de jornais emblemáticos por investidores de fora da área dos média, como sucedeu com o *Washington Post*, adquirido em 2013 por Jeff Bezos, fundador e diretor executivo da Amazon. Já em 2010 a empresa que detinha o *Washington Post* havia alienado uma das suas outras marcas de média mais emblemáticas, a revista *Newsweek*, que passou então a ser controlada pelo InterActive-Corp (IAC). Este novo proprietário viria a decidir o encerramento da edição em papel no final de 2012, tendo no ano seguinte vendido o título à IBT Media, que optou por relançar uma versão impressa em março de 2014.

Enquanto nos últimos anos muitos jornais têm simplesmente encerrado e outros têm sido adquiridos por novos investidores, os que têm mantido a sua estrutura

3 Dados da Kantar Media, disponíveis em <http://www.kantarmedia.com/> (consultado a 31/01/2014). Os dados de 2013 referem-se ao período de janeiro a setembro.

acionista sem grandes alterações têm vindo a reduzir a dimensão das suas redações, o que foi o caso, entre muitos outros, do *The New York Times*, que em 2013 despediu três dezenas dos seus jornalistas seniores, levantando questões sobre a qualidade de jornalismo praticado por redações compostas por jornalistas juniores, com pouca experiência, e sujeitos a baixas remunerações.⁴

Neste ambiente de quebra de receitas e de procura de novos modelos de financiamento, a indústria dos média colocou o jornalismo no negócio do entretenimento, não por razões jornalísticas, mas por ambições comerciais, e também para garantir elevados lucros aos seus acionistas. O debate gerado em torno de novas formas de financiamento tem enfatizado a concentração da propriedade, a passagem da informação de “bem social” a “bem comercial”, a concorrência desenfreada e a intensificação do processo de globalização, como os elementos críticos que colocam em causa a possibilidade de os média cumprirem as suas funções democráticas.

Este debate foi intensificado com a crise de 2008, que levou os países ocidentais a entrar em recessão, que seria particularmente severa na Europa. Este contexto reintroduziu problemas financeiros no setor e intensificou a dependência das empresas em relação ao sistema bancário e ao investimento internacional, uma vez que o mercado da publicidade começou a diminuir.

Em Portugal, o efeito da crise nos indicadores macroeconómicos, particularmente no consumo privado, foi ampliado pela dimensão reduzida do mercado português e pelo caráter instável do setor da comunicação. Entre 2007 e 2013 o mercado publicitário caiu 43% com as revistas e os jornais a sofrerem as maiores quebras de investimento (-64,2% e -62,7% respetivamente), seguidos do *outdoor* (-51,3%) e da televisão (-41,8%).⁵ De acordo com dados revelados pela agência de meios Nova Expressão, entre 2007 e 2013, o mercado publicitário português perdeu mais de 330 milhões de euros do seu valor total.⁶ Ainda assim, apesar do cenário de quebra generalizada, o investimento nos meios digitais registou, neste mesmo período, um crescimento de 244,6%, o que permitiu a algumas das empresas com uma estratégia bem delineada no segmento digital compensar, ainda que de forma parcelar, as quebras verificadas no investimento nos chamados meios tradicionais.

Este cenário é, aliás, muito semelhante ao verificado noutros países europeus afetados pela crise financeira pós-2008. Em Espanha, por exemplo, a quebra do investimento publicitário tem também afetado sobretudo os jornais, com quedas de cerca de 60% entre 2007 e 2012 (59,6% no caso dos diários e 61,1% no caso dos semanários) e as revistas com -56,5%. Neste mesmo período, tal como no mercado

4 *Huffington Post*, 24/01/2013. “New York Times buyouts push veteran journalists to the exits”, http://www.huffingtonpost.com/2013/01/24/new-york-times-buyouts-veteran-editors-leave_n_2544574.html (consultado a 15/06/2014).

5 *Público*, 26/01/2014, “Mercado publicitário digital foi o único a crescer em quota e valor nos últimos anos”, <http://www.publico.pt/economia/noticia/mercado-publicitario-digital-foi-o-unico-a-crescer-em-quota-e-valor-nos-ultimos-anos1621177> (consultado a 31/01/2014).

6 *Expresso*, 10/05/2014: “Publicidade volta a crescer cinco anos depois”. <http://expresso.sapo.pt/publicidade-volta-a-crescer-cinco-anos-depois=f869344> (consultado a 15/06/2014).

português, também em Espanha a televisão sofreu com o clima recessivo, tendo perdido 47,7% dos investimentos publicitários, enquanto os investimentos no segmento *online* são os únicos com tendência positiva, tendo crescido 182,5% neste mesmo período de seis anos.⁷

Tendo em conta que o investimento publicitário é a maior fonte de liquidez dos média privados, a viabilidade económica destas empresas ficou crescentemente comprometida, o que impulsionou novas dinâmicas no processo da globalização, na economia política internacional do setor da comunicação e dos média e nos fluxos de capital nesta indústria. A emergência de novos perfis de investidores pode estar a produzir um contexto adverso ao modelo liberal dos média dominante nas democracias ocidentais e a conduzir à emergência de uma nova fase que pode ser caracterizada por um sistema híbrido que congrega características altamente contraditórias. A par do modelo liberal, assiste-se à emergência de tendências que vigoravam no modelo pluralista polarizado, caracterizadas por uma estratégia de instrumentalização dos média por agentes políticos e económicos.

A emergência de novos perfis de investidores

A crise desencadeada pelo colapso do Lehmen Brothers em 2008 acelerou a recessão económica no ocidente, fez emergir um novo contexto global e um novo perfil de investidores interessados nos média ocidentais. Neste contexto, os Estados Unidos da América e a Europa começaram a perder terreno no que diz respeito à sua supremacia política, económica e simbólica, enquanto outros países fora da geografia ocidental, como a China, a Rússia e Angola, começaram a aumentar a sua relevância internacional. Se, por um lado, as empresas desses países têm investido em áreas da sua especialização na economia mundial, como a eletricidade, o petróleo e o gás, por outro lado, também começaram a investir fora das suas indústrias tradicionais, ou seja, no setor da comunicação e dos média.

Os investimentos de Roman Abramovich no setor de comunicação no Reino Unido são um bom exemplo dos novos fluxos globais de capital nas indústrias de média, após a crise de 2008. O bilionário russo, um dos 150 homens mais ricos do mundo de acordo com a revista *Forbes*,⁸ é um empresário muito bem-sucedido que está entre os mais poderosos na Rússia e um dos maiores investidores internacionais (Kuznetsov, 2011: 5). Vindo da *nomenklatura* do seu país, no início de 2013 o proprietário do Chelsea Football Club comprou uma participação de 23,3% do grupo de telecomunicações Truphone, que opera no Reino Unido, nos EUA e na Austrália e que tem planos de expansão para a Holanda, Hong Kong, Alemanha, Espanha e Polónia.

Abramovich não é o único russo a operar no setor da comunicação em Inglaterra. O seu principal parceiro de negócios, Alexander Abramov, é o acionista

7 InfoAdex (2013), "Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2013", http://www.infoadex.es/InfoAdex_Resumen_Est_Inv_2013.pdf (consultado a 31/01/2014).

8 *Forbes*, <http://www.forbes.com/profile/roman-abramovich/> (consultado a 15/06/2014).

maioritário da Truphone, detendo 60% do seu capital e, juntamente com seu pai, em 2010 comprou os principais títulos da imprensa gratuita britânica: *The Independent*, *Independent on Sunday* e *Evening Standard*.

Seguindo uma estratégia de crescente presença no mundo empresarial dos Estados Unidos da América, também a China tem investido de forma significativa no setor dos média americanos. No global, o investimento direto da China no mercado americano duplicou em 2013 para os 14 mil milhões de dólares (cerca de 10,2 mil milhões de euros).⁹ Tal leva a que os investidores privados chineses dominem os fluxos de capital e representem mais de 80% das transações e mais de 70% do valor do investimento feito nos EUA. O interesse centra-se em empresas que operam nos setores da alimentação, energia e imobiliário, mas também na área da comunicação.

Com o objetivo de assumir um papel preponderante no cenário global, os principais meios de comunicação chineses têm aberto escritórios nos EUA desde 2011. Além do *China Daily*, o maior jornal de língua inglesa na China, a CCTV, principal estação de televisão pública do país, tem vindo a aumentar a sua presença nos EUA e aspira a competir com a CNN International, a BBC World News e a Al Jazeera em inglês.

Além disso, a Xinhua, uma das maiores agências de notícias do estado chinês, à imagem da Associated Press ou da Reuters, está a fornecer conteúdos informativos a meios de comunicação em países em desenvolvimento, mas a preços muito mais baixos. De acordo com especialistas, a estratégia chinesa é competir com os média americanos na definição da *agenda-setting* (McCombs e Shaw, 1972) global.

No caso português, se antes de 2008 os investimentos espanhóis eram os mais influentes em Portugal, à medida que a crise económica ocidental se agudizou, conjuntamente com a fragilidade da situação financeira do país, empresas angolanas passaram a assumir posições relevantes na comunicação e nos média, mas também em outros setores estratégicos como a banca, a energia e a construção. De acordo com a agência de comércio e investimento AICEP,¹⁰ Angola tornou-se no maior investidor em Portugal, com o volume de investimento a aumentar 35 vezes ao longo da última década. De acordo com dados do Banco de Portugal, em 2012 o investimento angolano em Portugal superou os 340 milhões de euros,¹¹ assumindo um papel preponderante nas empresas que compõem o índice da bolsa portuguesa.

A liderar o investimento angolano em Portugal encontramos Isabel dos Santos, a filha mais velha do presidente angolano que é a primeira mulher bilionária

9 *Público*, 08/01/2014: "Investimento direto da China nos EUA duplicou em 2013" <http://www.publico.pt/economia/noticia/investimento-direto-da-china-nos-eua-duplicou-em2013-1618822> (consultado a 22/01/2014).

10 *Económico*, 22/09/2012: "Investimento angolano em Portugal cresceu 35 vezes em 10 anos", http://economico.sapo.pt/noticias/investimento-em-portugal-cresceu-35-vezes-em-10-anos_150493 (consultado a 22/01/2014).

11 Relatório do Banco de Portugal, disponível em: http://www.bportugal.pt/pt-PT/Publicacoes/Intervencoes/Banco/Cooperacao/Publicacoes/10_RInv_Txt.pdf (consultado a 15/06/2014).

em África,¹² tendo sido considerada em 2013 a sétima pessoa mais rica do continente africano.¹³ Após 2008, a sua estratégia de investimentos passou por diversas empresas portuguesas, destacando-se a Galp e a Amorim Energia, onde detém posições através da Esperanza Holding de que é detentora em conjunto com a Sonangol, empresa pública angolana. Igualmente significativos são os seus investimentos na NOS, fruto da fusão da Zon e da Optimus, onde controla 50,01% do capital, bem como no setor da banca, onde investiu tanto na Caixa Geral de Depósitos como em bancos privados. Detém 25% do banco angolano BIC em Portugal, onde tem assento no conselho de administração. É também dona de 19,5% do BPI e é uma das principais acionistas do BPN, depois de este banco ter sido adquirido pelo BIC em 2011. De acordo com informações divulgadas pela imprensa, a expansão da presença da empresária angolana no setor financeiro pode ainda ocorrer em 2014.¹⁴ Na sequência da divulgação das intenções dos grupos BBVA e Barclays de sair do país, os angolanos BPA e BIC manifestaram interesse nos balcões portugueses daquelas instituições financeiras, que oferecem assim a hipótese da expansão internacional dos bancos angolanos.

É de ressaltar que, até à data, Isabel dos Santos nunca investiu diretamente em empresas que atuam na produção de média, apesar de terem sido publicadas notícias sobre o seu eventual interesse em adquirir a RTP1, quando, em 2012, o governo português anunciou a sua intenção, não concretizada, de vender o canal público. O investimento nos média tem sido realizado sobretudo pela empresa angolana Newshold, propriedade de Pineview Overseas, com sede no *off-shore* do Panamá. Apesar de operar em Portugal desde 2009, foi somente em dezembro de 2012 que se ficou a saber que esta empresa estava ligada à família Madaleno com estreitas ligações à cúpula política em Angola. Um dos cinco proprietários e CEO da empresa é Álvaro Madaleno, que é também um pequeno investidor individual (5%) do BESA, do qual foi CEO entre 2002 e 2012, um banco onde Isabel dos Santos tem um investimento significativo. A divulgação pública dos proprietários da Newshold deveu-se ao interesse desta empresa na privatização da RTP, uma operação que tornava obrigatória a revelação dos nomes dos investidores interessados no negócio.

Embora o estado tenha posteriormente alterado a sua estratégia, e a RTP continue na posse dos dois canais de televisão que detém desde a década de 1960, a verdade é que um dos efeitos da discussão sobre a privatização de um dos canais da estação pública foi a divulgação da propriedade da Newshold. Ainda assim, este caso prova que foi possível a uma empresa a operar no setor dos média manter, durante vários anos, uma opacidade sobre os seus verdadeiros donos, o que confere uma ameaça ao princípio da transparência de propriedade, essencial para um efetivo pluralismo mediático. Sem a existência de legislação que obrigue à divulgação dos investidores das empresas de média, o que se verifica no caso português,

12 *Forbes*, 16/08/2012: "Ten female millionaires to watch in Africa", <http://www.forbes.com/sites/mfonobongnsehe/2012/08/16tenfemale-millionaires-to-wath-in-africa/2/> (consultado a 30/01/2014).

13 *Forbes*, "#534 Isabel dos Santos", <http://www.forbes.com/profile/isabel-dos-santos/> (consultado a 25/01/2014).

14 *Expresso*, 10/05/2014: "Bancos estrangeiros à venda em Portugal" (consultado a 25/05/2014).

torna-se impossível que seja respeitada a lei existente sobre a concentração de propriedade. De igual modo, torna-se inevitável a criação de um clima de suspeição como aquele que existe, desde 2012, em relação à propriedade do jornal *i*,¹⁵ que tem um contrato de gestão com a Newshold. Aliás, o facto de a propriedade dos grupos de comunicação não ser necessariamente transparente é uma das características do mercado mediático português, tal como identificado por Hallin e Mancini no modelo pluralista polarizado (2010 [2004]). Não obstante a Constituição portuguesa prever expressamente a existência de uma entidade que garanta a não concentração da propriedade dos meios de comunicação, até ao momento permanece no país um vazio legislativo sobre a transparência da propriedade. O tema tem surgido de forma recorrente na agenda política desde 2009, mas uma teia de interesses tem tornado inviável a produção legislativa sobre a matéria, o que explica a possibilidade de existência de empresas detidas por investidores anónimos.

Como mencionado acima, a entrada da Newshold no mercado português ocorreu em 2009 quando esta adquiriu o semanário *Sol*, no momento em que o jornal se encontrava numa situação financeira muito precária. No mês que se seguiu à aquisição, o *Sol* começou a produzir versões angolanas e moçambicanas. Desde então, a Newshold tem expandido os seus investimentos a outras empresas, detendo 23,5% da SAD do Sporting e 80% da Cofaco, uma empresa conserveira que tem marcas como Bom Petisco e Pitéu. Ainda na área dos média, houve uma expansão da presença da Newshold no setor, que passou a deter participações em dois dos principais grupos mediáticos portugueses: a Impresa (3,21%)¹⁶ e a Cofina. No caso desta última, o primeiro investimento da Newshold foi realizado em outubro de 2011 quando então adquiriu 6,16% do capital, tendo aumentado o investimento nos meses seguintes, o que lhe permitiu controlar 15,08% da empresa e assumir-se como um acionista de referência, ainda que sem assento no conselho de administração do grupo. Já em novembro de 2013, poucos dias depois de ter reforçado a sua posição na Impresa, a Newshold acabaria por reduzir a posição na Cofina para 12,21%.¹⁷ Curiosamente, neste mesmo mês, foi anunciado que um outro grupo de média português, a Controlinveste, seria parcialmente adquirido por um empresário angolano: António Mosquito.

Conhecido por não se envolver diretamente na atividade política, os negócios de António Mosquito em Angola cresceram impulsionados pelo regime de José Eduardo dos Santos, tendo interesses em áreas tão diversas como a exploração de diamantes, a banca, a construção civil e a importação de automóveis. O negócio da compra da Controlinveste ocorreu em 2014 e permitiu a António Mosquito passar a deter uma posição de 27,5% na empresa de média que até então havia sido

15 *Diário Económico*, 17/12/12, “‘Quem é quem’ na Newshold continua” http://economico.sapo.pt/noticias/quem-e-quem-na-newshold-continua_158619.html (consultado a 13/01/2014).

16 *Jornal de Negócios*, 23/01/2014. “Goldman Sachs também comprou parte da posição da Ongoing na Impresa”, http://www.jornaldenegocios.pt/mercados/detalhe/goldman_sachs_tambem_comprou_parte_da_posicao_da_ongoing_na_impresa.html (consultado a 15/06/2014).

17 *Público*, 01/11/2013, “Angolana Newshold reduz posição na Cofina para 12,21% do capital e votos”, <http://www.publico.pt/economia/noticia/angolana-newshold-reduz-posicao-na-cofina-para1221-do-capital-e-votos1611096> (consultado a 13/01/2014).

controlada por Joaquim Oliveira. Entre os ativos da Controlinveste encontram-se o *Diário de Notícias* (o mais antigo jornal diário português em circulação, fundado em 1864, e o segundo diário de referência mais vendido no país), o *Jornal de Notícias* (o segundo jornal com maior tiragem de entre a imprensa diária tabloide), *O Jogo*, a TSF e o jornal económico digital *Dinheiro Vivo*.

A par dos seus investimentos na área dos média, o empresário angolano adquiriu 66,7% da construtora Soares da Costa, uma das empresas portuguesas com maior volume de negócios em África, nomeadamente em Angola, onde se estabeleceu pela mão deste empresário, que é ainda parceiro da construtora portuguesa Teixeira Duarte e da brasileira Odebrecht. António Mosquito detém ainda 12% do Banco Caixa Geral Totta e em Angola atua em áreas como o imobiliário, o automóvel e o petróleo.¹⁸ É também parceiro da empresa portuguesa Novabase em Angola, detendo 50% desse negócio.

Emergência de um modelo de média pós-democrático?

Tal como ilustrado na secção anterior, investidores de países como a China, Rússia e Angola têm aproveitado a crise económica do mundo ocidental, que lhes abriu o caminho para comprarem empresas estratégicas em vários países, inclusive na indústria dos média.

Ainda que os três países mencionados tenham a sua própria singularidade e especificidade, existem várias características históricas, políticas e económicas que permitem extrair algumas tendências gerais para debater a forma como estes países estão a moldar o fluxo global de capitais nas indústrias de média a partir da crise económica de 2008, e como isso pode entrar em conflito com as prerrogativas fundadoras da cultura ocidental de jornalismo.

Os três países têm a experiência histórica semelhante de viver sob regimes controlados por um único partido comunista, que monopolizava o poder político e económico e que controlava todos os aspetos da vida social (Sparks, 2010: 554). Além disso, no início da década de 1990, em consequência da queda do muro de Berlim e da dissolução da União Soviética, estes países viveram uma mudança política de controlo total do estado para acomodar, de alguma forma, um certo grau de estruturas políticas e económicas menos monolíticas. Enquanto nos casos da Rússia e Angola os governos fizeram uma transição de um estado nominalmente comunista para um nominalmente democrático, na China (Sparks, 2010: 555), mesmo quando versões reformadas do Partido Comunista ganharam as eleições, não fizeram qualquer tentativa de restabelecer a velha ordem.

Tendo em conta as características políticas atuais desses países, todos parecem apresentar características de regimes autoritários e democráticos. Apesar da existência de eleições, o estado é controlado, em termos práticos, por um só partido

18 *Jornal de Negócios*, 15/10/2013: “O abc do poder angolano”, http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/2013_10_15_o_abc_do_poder_angolano.html (consultado a 12/05/2014).

num contínuo que vai da China, enquanto “autocracia fechada” (Siaroff, 2009: 78), às “autocracias semiliberais” da Rússia e Angola (Siaroff, 2009: 78-79). Estes regimes são deliberadamente ambíguos e baseiam-se em sistemas híbridos que combinam aceitação retórica de algumas instituições democráticas formais com traços autoritários.

Após a pressão internacional para abrir os mercados e reduzir a esfera de controlo do governo, estes regimes têm incentivado as empresas privadas a crescer, o que fez com que emergisse nestes países uma nova elite económica. No entanto, na maioria dos casos, os principais ativos económicos que foram privatizados nos referidos países foram colocados sob o controlo de investidores que pertencem à segunda geração das famílias dominantes. As maiores empresas dos três países, especialmente se tivermos em conta a sua estrutura de propriedade, refletem as relações estreitas com funcionários do topo do estado e as posições oligopolistas estáveis na economia de cada país (Kuznetsov, 2011; Sparks, 2010).

Sob estruturas políticas autocráticas, a concentração de recursos visa preservar e maximizar os ganhos do regime vigente e não permitir que qualquer mudança radical ocorra nos centros do poder. Isto também se traduz numa conceção não democrática sobre o papel dos meios de comunicação (Hadland, 2012: 103). Por esse motivo, as empresas de média mais importantes nestes países pertencem ao estado ou são controladas pela elite do poder, o que também significa que aos jornalistas é dada muito pouca ou nenhuma liberdade. É, portanto, extremamente difícil desafiar com sucesso as estruturas do poder, uma vez que as eleições não são a principal fonte de poder do governo. De acordo com Marina Ottaway (2003: 6), os regimes híbridos, como são os dos países em análise, “sabem como jogar o jogo da democracia e ainda assim manter o controlo”.

Concordamos, portanto, com a sugestão de Colin Sparks quando este propõe um quarto modelo, o “corporativismo autoritário” (2010: 553), para adicionar aos três modelos de sistemas de média propostos por Hallin e Mancini, pois, efetivamente, podemos considerar a China, a Rússia e Angola como integrantes deste novo modelo com características político-históricas semelhantes e visões próximas sobre o papel a desempenhar pelos média e pelo jornalismo. Tal como Colin Sparks afirma, “historicamente, é bastante claro que a influência simbólica segue-se à influência económica (e militar)” (2010: 564). Neste sentido, os meios de comunicação são um instrumento simbólico relevante para o posicionamento destes estados autocráticos na cena internacional. Tal poderá vir a enfraquecer a visão liberal ocidental sobre os média, pois na cultura autocrática, de onde provêm os novos proprietários dos meios de comunicação, estes são sobretudo entendidos como instrumentos ao serviço de estruturas clientelares.

Reflexões finais

A recessão económica, juntamente com a crise política que as democracias ocidentais atravessam, e o impacto que ambas têm tido no setor da comunicação e dos média ocidentais impulsionaram o debate sobre a “democraticidade” de regimes

democráticos, levando autores como Jürgen Habermas (2012) ou Colin Crouch (2004) a considerarem que os estados ocidentais do século XXI entraram numa fase pós-democrática. Os governos já não têm o mesmo controlo que tinham no passado sobre o rumo dos países, pois as suas decisões são cada vez mais influenciadas por entidades corporativas internacionais. Neste cenário, moldado por interesses de empresas globais, os governos têm vindo a perder o controlo sobre decisões importantes para os países devido à supremacia de instituições supranacionais, mas também devido à grande dependência que os países ocidentais têm de grandes multinacionais que, pelo seu peso económico, adquiriram poder de influência política. Simultaneamente, neste novo cenário global, os países ocidentais estão a perder terreno, tanto em termos da sua supremacia económica como simbólica, ao passo que outros países fora da geografia ocidental estão a aumentar a sua importância no cenário internacional.

No contexto da recessão económica importa analisar as estratégias de aquisição de setores estratégicos, como a banca, a energia, a construção e o imobiliário, as telecomunicações e os média, por parte de investidores oriundos de países com regimes políticos autocráticos, e refletir sobre questões relevantes que daí podem advir, nomeadamente sobre as possibilidades de pluralismo, de contraditório e de circulação de perspetivas diversas no espaço público. Tendo como pano de fundo as alterações no processo de globalização decorrentes da profunda crise económica ocidental a partir de 2008 e a crescente desafeição política dos cidadãos face ao regime democrático, o presente artigo pretendeu contribuir para o debate sobre as consequências dos novos fluxos de capital na indústria dos média, provenientes de investidores com uma conceção autocrática dos meios de comunicação.

Enquanto que até ao último quartel do século XX, os diferentes padrões de desenvolvimento social, político, cultural e económico deram origem a modelos distintos de democracia e a sistemas de média diversificados no mundo ocidental, nas últimas décadas, o processo de globalização, o desenvolvimento tecnológico e a criação de uma cultura mediática comercial internacional conduziram a uma maior convergência dos sistemas de média, ao mesmo tempo que levaram à abertura das empresas de comunicação a fontes de financiamento internacional. No entanto, se até à crise despoletada em 2008 os investidores internacionais na área dos média eram sobretudo conglomerados internacionais com negócios crescentes neste setor, nos últimos anos, assistimos à entrada de um novo perfil de investidores para quem os média são apenas mais uma das suas áreas de investimento, e certamente das menos rentáveis.

Neste sentido, consideramos que a emergência deste novo perfil de investidores pode estar a produzir um contexto adverso ao modelo liberal dos média dominante nas democracias ocidentais e a conduzir à emergência de uma nova fase que pode ser caracterizada por um sistema híbrido composto por forças altamente contraditórias e, quiçá, inconciliáveis. Como é que a crise económica do setor dos média está a colocar em causa os eixos basilares do modelo liberal, nomeadamente a sua autonomia face ao sistema político e o profissionalismo do jornalismo, e como é que os média estão a lidar, a conviver com e a gerir as novas ameaças assinaladas são questões de investigação que urge serem respondidas em pesquisas

ulteriores, tendo em conta as implicações que o novo cenário terá para o jornalismo ocidental enquanto instituição democrática.

Referências bibliográficas

- Chalaby, Jean (1996), "Journalism as an Anglo-American invention: a comparison of the development of French and Anglo-American journalism, 1830s-1920s", *European Journal of Communication*, 11 (3), pp. 303-326.
- Crouch, Colin (2004), *Post-Democracy*, Cambridge, Polity Press.
- Curran, James (2011), *Media and Democracy*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- Entman, Robert (1989), *Democracy without Citizens. Media and the Decay of American Politics*, Oxford, Oxford University Press.
- Dahlgren, Peter (1996), "Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics", *Javnost / The Public*, 3 (3), pp. 59-72.
- Delli Carpini, Michael, e Bruce Williams (2011), *After Broadcast News. Media Regimes, Democracy, and the New Information Environment*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Erickson, Richard (1989), "Soviet economic reforms: the motivation and content of Perestroika", *Journal of International Affairs*, 42 (2), pp. 317-331.
- Fenton, Natalie (2010), *Journalism and Democracy in the Digital Age*, Londres, Sage Publications.
- Gans, Herbert (1979), "Symbolic ethnicity: the future of ethnic groups and cultures in America", *Ethnic and Racial Studies*, 2 (1), pp. 1-20.
- Graber, Doris (1980), *Crime News and the Public*, Westport, Praeger Publishers.
- Gurevitch, M., e J. Blumler (1995), *The Crisis of Public Communication*, Londres, Routledge.
- Habermas, Jurgen (2012), *The Crisis of the European Union. A Response*, Cambridge, Polity Press.
- Hadland, Adrian (2012), "Africanizing three models of media and politics: the South African experience", em Daniel Hallind e Paolo Mancini, *Comparing Media Systems Beyond the Western World*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Hallin, Dan, e Paolo Mancini (2010 [2004]), *Sistemas de Media. Estudo Comparativo. Três Modelos de Comunicação e Política*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Hardy, Jonathan (2008), *Western Media Systems*, Londres, Routledge.
- Hepp, Andreas (2013), *Cultures of Mediatization*, Cambridge, Polity Press.
- Keane, John (2002), *A Democracia e os Media*, Lisboa, Temas e Debates.
- Kuznetsov, Alexey (2011), *Investment from Russia Stabilizes after the Global Crisis*, relatório do Institute of World Economy and International Relations of Russian Academy of Sciences e do Vale Colombia Center, disponível em: http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/Russia_2011.pdf (última consulta em abril de 2014).
- McChesney, Robert (2001), "Global media, neoliberalism, and imperialism", *Monthly Review*, 52 (10), pp. 1-19.
- McCombs, Maxwell, e Donald Shaw (1972), "The agenda-setting function of mass media", *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp. 176-187.

- Murdock, Graham, e Peter Golding (1999), "Common markets: corporate ambitions and trends in communication in the UK and Europe", *The Journal of Media Economics*, 12 (2), pp. 117-132.
- Norris, Pippa (2000), *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Ottoway, M. 2003. *Democracy Challenged. The Rise of Semi-Authoritarianism*, Washington, DC, Carnegie Endowment for International Peace.
- Papathanassopoulos, Stylianos, e Ralph Negrine (2011), *European Media*, Cambridge, Polity Press.
- Patterson, Thomas (1980), *Mass Media Election. How Americans Choose Their President (American Political Parties and Elections)*, Westport, Praeger Publishers.
- Patterson, Thomas (2010), *We The People*, Columbus, The McGraw-Hill Companies.
- Picard, Robert (2002), *The Economics and Financing of Media Companies*, Nova Iorque, Fordham University Press.
- Schlesinger, Philip (1992), "Repenser la sociologie du journalisme: les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme", *Réseaux*, 10 (51), pp. 75-98.
- Siaroff, Alan (2009), *Comparing Political Regimes. A Thematic Introduction to Comparative Politics*, North York, University of Toronto Press.
- Sparks, Collin (2010), "China's media in comparative perspective", *International Journal of Communication*, 4, pp. 552-566.
- Tunstall, Jeremy (2008), *The Media Were American. U.S. Mass Media in Decline*, Oxford, Oxford University Press.
- Zelizer, Barbie (2004), *Taking Journalism Seriously. News and the Academy*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications.

Rita Figueiras. Professora auxiliar da Universidade Católica Portuguesa, investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CECC).
Universidade Católica Portuguesa, Palma de Cima, 1649-023 Lisboa, Portugal.

Nelson Ribeiro. Professor auxiliar da Universidade Católica Portuguesa, investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura (CECC).
Universidade Católica Portuguesa, Palma de Cima, 1649-023 Lisboa, Portugal.

Receção: 25 de junho de 2014 Aprovação: 24 de abril de 2015