

CAPÍTULO 7

Multimídia

Os três últimos capítulos se estenderam, de forma resumida e seletiva, por um território muitas vezes não mapeado. Eles sugerem que, embora as novidades acerca dos desenvolvimentos recentes em comunicação, sobretudo os tecnológicos, possam ser superestimadas, e apesar das coincidências e convergências, não houve um caminho único. Afixar rótulos como “era da televisão” ou “era digital” aos fenômenos do passado e do presente pode ser revelador e útil, tal como foi escrever sobre a “era da radiodifusão” nas décadas de 1920 e 1930. Mas, na realidade, nos diz mais sobre as percepções que sobre os fatos. Nas décadas de 1980 e 1990 parecia haver maior “complexidade” — outra das nossas palavras-chave.

Era difícil não apenas entender as implicações políticas, econômicas e sociais das “novas tecnologias”, mas também opinar sobre como, em sua presença, escapar dos “labirintos morais” associados aos antigos problemas centrados na liberdade e na responsabilidade, assim como aos novos problemas relacionados aos direitos humanos. Qual seria o papel da lei? Será que, por exemplo, se deveria proibir as crianças de assistir a programas “prejudiciais”? (Um cientista canadense inventou um “V-chip”, em meados da década de 1990, para os pais bloquearem os programas assim considerados, e em 1996 o Congresso dos Estados Unidos aprovou a lei do decoro nas comunicações — posteriormente declarada ilegal pela Suprema Corte — para colocar esse chip em uso.) Essa foi uma manifestação dos dilemas que a televisão traz para o lar. A internet tornou as coisas mais complexas. Será que devemos aplicar a ela as regras diferentes daquelas que valem para os veículos mais antigos? A “pornografia” deveria ser proibida por lei? Pode ser mais difícil manter a vigilância sobre ela, mas sem dúvida serão descobertos alguns dispositivos para “controlar” as novas tecnologias. No ano 2000, o Congresso dos Estados Unidos aprovou uma legislação pela qual as bibliotecas são obrigadas a instalar “sistemas de filtragem” como condição para obter *e-rates** favoráveis a conexões na internet. Foi uma regulamentação na era da desregulamentação.

* Implementada por Bill Clinton, a iniciativa *e-rate* tem como objetivo a concessão de subsídios do governo para conectar as escolas públicas e bibliotecas de áreas carentes à internet. (N.T.)

Com maior frequência, contudo, nos Estados Unidos e em vários outros países, porém não na Índia, na China ou em Cingapura, a “autorregulamentação”, termo controverso, foi aplicada aos novos veículos, tal como acontecera na Grã-Bretanha em relação à imprensa. Em 1999, os australianos aprovaram a lei dos serviços on-line, que se refere não somente a matérias “proibidas”, mas também “inadequadas” e “ofensivas”. Porém, ficou a cargo da autoridade específica relativa à radiodifusão negociar um código de conduta industrial para o material produzido no país.

A década de 1990 foi um período em que se romperam as fronteiras entre os meios antigos e novos; no interior de cada meio, entre a mídia experimental e a já estabelecida, os limites se embaçaram, da mesma forma que as linhas divisórias que separavam as estratégias de mídia nacionais dos problemas e oportunidades globais. As decisões nacionais tinham implicações globais e vice-versa. O termo “gap digital” não foi cunhado para descrever um abismo entre os países, mas dentro deles. Na cultura, as fronteiras entre o “alto” e o “baixo” nível, entre as histórias em quadrinhos ou as histórias ilustradas vinham sendo rompidas havia décadas. O mesmo ocorreu com os limites entre disciplinas — história, sociologia, antropologia, psicologia, economia e direito, por exemplo — e entre o que é ficção e crítica literária e de cinema, principalmente quanto à ficção científica. No comportamento, a distinção entre hábito e aquisição se tornou confusa. E também, em muitas partes do planeta, no interior das “culturas das drogas” — termo que permanece em uso no século XXI —, esmaeceu o limiar entre a alucinação e as psicoses. Timothy Leary, guru das drogas na década de 1960, escreveu 20 anos depois que “os computadores viciam mais que a heroína”. Vinte anos mais tarde, aliás, “o crime por computador” — por vezes, mas nem sempre, altamente sofisticado — era tão divulgado quanto as formas mais antigas de delitos.

O romancista norte-americano William Burroughs, que Gibson reconheceu como um de seus predecessores, aplicou a palavra “vírus” à mídia — o que já havia sido assunto no cinema —, antes de ela começar a ser usada por tecnólogos e jornalistas com relação aos computadores. Também houve referências entre mídias. Quando “um vírus de computador da vida real” foi descrito na imprensa em “tempo real”, em 1988, tanto o jornal *New York Times* quanto a revista *Time* usaram uma tira de histórias em quadrinhos para ilustrar o que foi relatado como “infecção viral”; e a *Time* acrescentava uma referência mais antiga com o título “vampiro de dados”.

Cada vírus tinha sua própria “assinatura”, e embora fosse possível proteger o equipamento com um programa antivírus, não havia garantia total contra a infecção. Os paralelos com a saúde pareciam pertinentes, talvez apenas porque houvesse uma preocupação crescente, durante esses anos, tanto na mídia quanto entre os políticos, com a saúde privada e pública, esta última redefinida para englobar a proibição do fumo e as defesas contra a obesidade — embora “a alma”, assim como o corpo, também possa fornecer imagens interessantes. O chamado *love bug*

foi amplamente noticiado porque parecia ter origem nas Filipinas, e não nos Estados Unidos. Era realmente global, como o conhecido *bug* do milênio, cujo medo foi afastado com altos custos.

O novo milênio

Desde a década de 1960, quando uma série de comentaristas, incluindo os chamados “futurólogos”, procurava antecipar, em suas análises e previsões, o que seria o ano 2000, muito se escreveu sobre o fim do antigo milênio e o começo do novo. Ironicamente, porém, quando ele chegou — em meio às comemorações —, havia menos a falar sobre o futuro que nas décadas de 1960 e 1970. Foi o presente, contudo, que assomou, e o ano acabou com fogos de artifício e o desperdício no papel de entretenimento em todas as capitais do mundo; sua escala e impacto foram comparados na imprensa; e foi isso o que as manchetes apresentaram, mais que os balanços de perdas e ganhos do século anterior e as previsões para o novo milênio. Na maioria dos países, ou mesmo em Nova York, dedicou-se relativamente pouca atenção à Cúpula do Milênio, realizada nas Nações Unidas em setembro de 2000, quando 150 chefes de Estado estiveram presentes e se estabeleceu uma série de objetivos para o milênio. Jonathan Sacks, rabino-chefe da Grã-Bretanha, que se encontrava na reunião, observou que grandes multidões se formaram no centro de Manhattan, não para ver os líderes políticos ou religiosos a caminho do prédio das Nações Unidas, mas para dar uma olhada nas celebridades reunidas para o MTV Video Awards. A empresa de televisão MTV dedicava-se apenas ao entretenimento.

Para dois jornalistas norte-americanos que escreviam sobre a campanha presidencial nos Estados Unidos, em 2000, as “realidades dominantes” do presente eram a apatia dos cidadãos, os “mergulhos em parafuso” e “políticos e repórteres em diálogos dúbios”. Quando a eleição terminou, tanto políticos quanto jornalistas estavam em baixa. Para uma jornalista, Elizabeth Weise, os concorrentes “ainda não estavam na Net”. A tecnologia, ela própria sujeita à crítica, era “canhestra”, as bases de dados algumas vezes deixavam de cobrir informações cruciais e os sites eram “tediosos”.

Na Grã-Bretanha, o Domo do Milênio, construído no East End de Londres, foi tema de permanente controvérsia na mídia, antes e depois da virada do milênio, embora o projeto tivesse angariado o apoio de governos conservadores e trabalhistas. Ele atraiu menos visitantes do que se esperava, embora estes ficassem impressionados com a sofisticada diversão acrobática e com as partes do Domo dedicadas à educação e aos transportes. O mais duradouro de uma ampla gama de projetos referentes ao milênio, grande parte de âmbito local, foi uma cadeia de novas estações de metrô entre Westminster e Greenwich. A BBC tentou ampliar a

agenda do milênio. Abriu o site BBC History 2000, fornecendo um guia para a história britânica com material visual e de áudio, incluindo modelos em 3D, em conjunto com uma ambiciosa história oral — a primeira vez que isso foi possível —, *The Century Speaks*.

A religião desempenhou, nas comemorações, um papel menos relevante que aquele que tivera na celebração do centenário, em 1900. No Domo, foi difícil financiar a “zona espiritual”, nome derivado da internet, uma das 14 áreas em que se dividia a construção. No entanto, no período imediatamente posterior ao ano 2000, houve amplas evidências, tanto na Grã-Bretanha quanto em outras partes do mundo, da força do “fundamentalismo” religioso, fosse ele cristão ou islâmico, e da espiritualidade da “nova era”. A internet foi amplamente usada pelos adeptos de ambos os grupos, como em 2003 e 2004 por defensores e opositores anglicanos dos sacerdotes gays e do casamento de pessoas de mesmo sexo. Houve agudas e ásperas divisões regionais sobre o tema tanto na África quanto nos Estados Unidos, com minorias discordantes, particularmente neste último país. A “globalização”, agora uma expressão da moda, não acarretava a uniformidade religiosa ou cultural.

O principal tema das ainda prestigiosas Reith Lectures britânicas de 1999, “Mundo em fuga”, era a globalização, com ênfase maior no que unia que naquilo que dividia. O objetivo do palestrante, Anthony Giddens, diretor da Escola de Economia de Londres, era “iniciar uma conversa global eletrônica sobre globalização” que serviria para mostrar que ela era menos econômica que “política, tecnológica e cultural”. Porém, como ele mesmo reconheceu, tratava-se de um assunto não apenas para conversa, mas para debate. Giddens tinha pouco a dizer sobre o papel da mídia na Europa, mas havia muitos comentários da mídia sobre o processo de “globalização”, e também sobre a nova moeda, o euro, com uma variedade de reportagens e avaliações tanto na Europa quanto nos países do Terceiro Mundo.

Em algumas partes do mundo, as conferências provocaram não apenas uma reafirmação ou um ricochete fundamentalista, mas também uma resposta religiosa com ramificações políticas e uma onda de críticas entre círculos intelectuais bastante diversos. Em Londres, Michael Gove, ao resenhar filmes de Hollywood feitos para o mercado mundial — muitos deles dotados de “efeitos especiais” impressionantes e caros que antes não podiam ser produzidos —, tinha medo de que interromper a globalização fosse uma “missão impossível” (título de um então recente filme de Hollywood entre os mais bem dirigidos e protagonizados). Gove acrescentava que “a globalização talvez seja inevitável, mas não temos de gostar dela”. “A globalização pode tornar mais fácil o encontro de culturas novas, mas torna a viagem menos valiosa, porque as culturas se tornam parecidas umas com as outras.”

O desejo de frear, se não de interromper, a globalização para proteger as “culturas” nacionais, objetivo capaz de ser amplamente percebido, desempenhara um grande papel na política — e mais ainda na retórica — da mídia e dos políticos midiáticos durante a década de 1990. Assim continuou após a virada do milênio. O Canadá, confrontado por seu poderoso vizinho, os Estados Unidos, deu sequência à política anterior de estimular o desenvolvimento de conteúdos canadenses que pudessem “competir com o melhor que o mundo tem a oferecer”, incluindo produtos culturais, educacionais e de entretenimento. Essa foi a promessa do administrador de mídia canadense Paul Racine. Ele estava na Finlândia, outro país com um vizinho poderoso, a Rússia. A Finlândia anunciara seu objetivo de se tornar “o país líder” mundial nas comunicações. Seus vizinhos, os antigos estados da União Soviética, que “reconstruíam” seus sistemas de comunicação após o colapso do comunismo, não eram tão ambiciosos, mas se encontravam igualmente preparados para afirmar suas identidades culturais e determinados a fazê-lo. O mesmo podia ser dito de países situados fora da Europa e com herança colonial, sobretudo a Malásia e sua vizinha Cingapura. Mohammed Mahathir, primeiro-ministro da Malásia até 2004, enfatizava os “valores asiáticos”, e em 1996 o Ministério das Comunicações de Cingapura exigiu que todos os provedores de internet se registrassem e submetessem às leis aplicadas à mídia em geral, tais como a lei da difamação, a lei da sedição, a lei da manutenção da harmonia religiosa e a uma nova categoria, mais ampla, para arbitrar sobre “o conteúdo indesejável”.

As atitudes em relação à globalização mudaram ainda mais entre 2000 e 2004, porém permaneceram entusiásticas, hostis ou ambivalentes, conforme o lugar e a posição intelectual e social dos agentes. A Seleta Comissão de Assuntos Econômicos da Câmara dos Lordes, na Grã-Bretanha, produziu em 2003 um relatório sobre o tema que abarcava as questões mais relevantes, desde a lei — Geoffrey Howe falou sobre a globalização do direito — até a tecnologia. Foi o primeiro relatório oficial a ser publicado na Grã-Bretanha (juntamente com as evidências pertinentes) sobre o CD-Rom. O chefe da Comissão, lorde Peston, economista, observou que os protestos contra a globalização haviam reunido um “conjunto extraordinário de preocupações”, algumas delas “mutuamente contraditórias”. Do lado positivo, ele citou outro economista — e havia muitos com ele — que afirmava que todos “os relatos de sucesso” na história recente do desenvolvimento econômico se referiam a países que tinham “ingressado na economia mundial”.

A Índia e a China foram destacadas por muitos oradores. Os indianos agora manipulavam informações e mensagens transmitidas por organizações europeias, incluindo bancos e corporações empresariais. A China, que entrou para a Organização Mundial do Comércio em 2001, tivera dificuldades em introduzir uma estrita regulamentação para controlar a “pirataria” de software. Quase todos os oradores se concentraram nas atividades do Banco Mundial e do Fundo Monetá-

rio Internacional ao enfrentarem o que um deles chamou de “vergonhosa” pobreza mundial. Para um dos oradores, globalização “significava efetivamente” comunicação: “física, elétrica e eletrônica”. Foi ela que produziu “um mundo intercambiável em que o comércio, a cultura, a linguagem e os avanços sociais se tornaram rapidamente intercambiáveis”.

O próprio Peston citou outro economista norte-americano, Joseph Stiglitz, o qual, em artigo posteriormente publicado num jornal (*Financial Times*, 25 de fevereiro de 2004) a respeito do relatório da Comissão sobre as Dimensões Sociais da Globalização, criada em 2002 pela Organização Mundial do Trabalho, assumiu uma linha bem diferente da maioria dos oradores do debate. Ele observou que algumas “mensagens” da Comissão, tais como a necessidade de reestruturar a dívida, poderiam ser controversas algum tempo atrás, mas que agora eram defendidas pela “corrente principal”. O mesmo acontecia com o entendimento de que o Estado tinha um papel a desempenhar em termos de “amortecer” “o impacto da rápida mudança econômica” sobre indivíduos e sociedades. O artigo tinha como título “Os custos sociais da globalização”.

O 11 de Setembro e suas consequências

Não importa o que se tenha dito em 2002, 2003 ou 2004 sobre os custos e as vantagens da globalização, ou sobre o papel da mídia em explicá-los, havia o reconhecimento geral de que o planeta já não estava no mesmo lugar desde 11 de setembro de 2001, quando terroristas suicidas destruíram, num horrível ataque, as torres gêmeas do World Trade Center, em Nova York, e, no mesmo dia, parte do prédio do Pentágono, em Washington. “A tragédia é o pivô da história”, escreveu Michael Wines, correspondente em Moscou do *New York Times*. Para outros jornalistas — e historiadores —, esse foi o “verdadeiro” começo do novo milênio.

Houve um sentimento de choque mundial, não diminuído pelo fato de muitos outros países, incluindo a Grã-Bretanha, terem sofrido ataques muito antes disso. A reação norte-americana foi típica, com a aprovação da chamada “lei patriota”, destinada a “unir e fortalecer” os Estados Unidos, “fornecendo instrumentos adequados para obstruir o terrorismo”. Esses instrumentos incluíam a autorização para se instalarem grampos telefônicos sem necessidade de especificar o lugar a ser vigiado nem exigir que apenas as conversas do alvo fossem bisbilhotadas. Internacionalmente, declarou-se uma “guerra ao terrorismo” destinada a mobilizar “corações e mentes”.

Constituiu-se uma coalizão, liderada pelos Estados Unidos, para travar a guerra no Afeganistão, país remoto, então recentemente invadido e abandonado pela União Soviética, onde Osama bin Laden, terrorista originário da Arábia Saudita responsável por organizar uma rede internacional de terrorismo, a al-

Quaeda, tinha seu quartel-general. A guerra foi vencida mais rapidamente do que a mídia ou o público esperava, e o regime talibã foi destituído do poder. De modo extravagante e repressivo, ele tinha armado fogueiras com aparelhos de TV. Agora, no curso da guerra, os Estados Unidos e seus aliados bombardearam as emissoras de rádio.

Mas havia tantas complexidades na situação do Afeganistão que era difícil transmitir informações fidedignas, tanto durante quanto após a guerra, uma disputa que não levou à captura de Bin Laden, o qual apareceria outra vez na televisão mundial, perto do fim da eleição presidencial norte-americana de 2004, graças a uma estação de TV árabe, a al-Jazeera, com a ameaça de uma ação terrorista permanente. As eleições afegãs estavam então na agenda. Pouco se sabia sobre Bin Laden em 2001, exceto que tivera o apoio dos Estados Unidos ao se rebelar contra a União Soviética. Durante a exitosa guerra de 2001 todas as informações sobre os afegãos vinham da periferia geográfica, algumas obtidas por repórteres do sexo feminino. As mulheres foram as principais vítimas dos talibãs, que também proibiram a internet. Grande parte da informação, então e depois, era propaganda. Ficava difícil estabelecer o limite entre as duas coisas.

Em 2003, a segunda resposta militar dos Estados Unidos ao terrorismo, a guerra no Iraque contra Saddam Hussein, desta vez com um número menor de aliados, dividiu profundamente a opinião pública, de início mais na Grã-Bretanha, o aliado mais próximo dos americanos, do que nos próprios Estados Unidos. Dentro das Nações Unidas, que tinham imposto sanções a Saddam Hussein, a França e a Alemanha se recusaram a apoiar o presidente George W. Bush e Tony Blair naquilo que foi, desde o início, uma aventura controversa, condenada tanto pela Rússia, que tinha seus próprios problemas de terrorismo, quanto pela China. Foi uma aventura ainda mais controversa que o ataque anterior a Saddam Hussein, liderado pelos norte-americanos, a primeira Guerra do Golfo, após a invasão do Kwait em 1991, que terminou sem a derrubada de Saddam (por ordem do primeiro presidente Bush, levando em consideração a opinião da Arábia Saudita, da qual os Estados Unidos dependiam para o suprimento de petróleo).

A percepção dos americanos, em 2003 e 2004, de que não tinham mantido o apoio da “opinião pública mundial”, quase unanimemente favorável a eles em setembro de 2001, era evidente no próprio Iraque, onde um governo nomeado tentava realizar eleições, e nas eleições presidenciais norte-americanas de 2004. Saddam Hussein fora um governante secular que não dependia do islã. Agora, grupos islâmicos de diferentes tipos se manifestavam contra os Estados Unidos, da mesma forma que diversos integrantes dos partidos de esquerda na Europa. Um feroz filme político, em 2004, vencedor do Festival de Cannes, *Fahrenheit 11 de setembro*, de Michael Moore, uma obra anti-Bush, mesclava fato e ficção para mostrar que o presidente norte-americano, vencedor da eleição de 2004, enfrentava alguns de seus opositores mais hostis dentro dos próprios Estados Unidos.

Como disse o deputado Harry Hyde em 2003, por que “o país que inventou Hollywood e a Madison Avenue tinha tantos problemas em promover uma imagem positiva de si mesmo no exterior”?

A controvérsia de 2004, tanto nos Estados Unidos quanto na Grã-Bretanha, girava em torno de uma questão central, embora com muitos subtemas, tais como o papel das Nações Unidas: a decisão de atacar Saddam Hussein em 2003, oficialmente justificada à luz dos dados fornecidos pelos serviços de informação, fora uma decisão sensata ou justa? Teria havido um motivo adequado para a guerra? Bush e Blair não tinham dúvidas. Ambos também se recusavam a ver a guerra ao terrorismo como uma guerra entre o “mundo cristão” e uma *jihad* islâmica, tal como era encarada por uma parcela substancial da opinião pública muçulmana.

Houve uma dimensão midiática — uma guerra de palavras — nessa discussão, em particular na Grã-Bretanha, em cada estágio do conflito e depois de seu término. O governo submeteu em especial a BBC a uma muralha de críticas, sem que nenhum veículo adotasse a linha gritantemente propagandística de algumas empresas jornalísticas e de televisão norte-americanas, sobretudo a Fox News, controlada por Rupert Murdoch. A bandeira americana era exibida a tremular no canto da tela e ouviam-se músicas marciais, enquanto as tropas norte-americanas avançavam. Em contraste, na Grã-Bretanha, os críticos da BBC, alguns dos quais tinham bases totalmente diferentes para suas críticas, acusavam a emissora de assumir um posicionamento antiguerra antes mesmo de uma transmissão feita em 29 de maio de 2003 pelo jornalista Andrew Gilligan, contratado pelo influente programa de rádio matutino *Today*, afirmando que Downing Street havia “esquentado” os relatos dos serviços de inteligência ao declarar que Saddam Hussein podia usar “armas de destruição em massa”, que ele agora possuía, dentro de 45 minutos.

Nenhuma arma de destruição em massa jamais foi descoberta no Iraque após a queda de Saddam, mas Gilligan, seguindo a prática jornalística, de modo coerente negou-se a revelar a fonte de suas afirmações, o dr. David Kelly, um inspetor de armamentos, e não integrante da comunidade de informações, cujo nome tinha vazado do Ministério da Defesa. Perseguido pela imprensa, Kelly cometeu suicídio, tragédia pessoal que obrigou o governo a nomear uma comissão, presidida por um juiz experiente, lorde Hutton, com a finalidade de investigar não a precisão da informação fornecida pelos serviços de inteligência, mas as circunstâncias da morte de Kelly. Antes que o relatório de Hutton fosse publicado, criticando profundamente a BBC, a maior parte da mídia impressa — e a própria BBC — parecia esperar que ele se concentrasse sobre as atividades do governo e de Alastair Campbell, o altamente político assessor de comunicações de Blair (e que

* Em inglês, *sexed-up*, pretérito passado de um verbo muito utilizado no jargão jornalístico anglo-saxão, que significa tornar atraente, esquentar, *anabolizar* ou *bombar* uma informação. (N.T.)

não era funcionário público) responsável pela muralha de críticas por e-mails enviados à Broadcasting House.

O relatório não seguiu esse caminho. Os jornalistas da imprensa escrita, que haviam hostilizado Kelly, poderiam ter sido mais criticados no relatório, o qual se concentrou na BBC, que inicialmente se mostrara relutante em se desculpar por Gilligan — e por seu superconfiante diretor de notícias desde 2001, Richard Sambrook, responsável por dois mil jornalistas da BBC em todo o mundo. O relatório foi tão duro que o presidente da emissora, Gawn Davies, pediu demissão, e seus diretores aceitaram a exoneração do enérgico e belicoso diretor-geral, Greg Dyke, que viera da televisão comercial para a BBC quando Birt se aposentou, em 1999. Falando num debate na Câmara dos Lordes sobre o relatório Hutton depois que Dyke e ele haviam deixado a BBC, Birt, também oriundo da televisão comercial e então assessor de Blair, afirmou que a emissora se prejudicara mais em 2003 por “não reagir de maneira adequada depois que a reportagem [de Gilligan] fora transmitida”. Outros oradores no debate concordaram com Birt, mas o forte apoio se manifestou pela permanência da BBC, “apesar dos pesares”, saudada por um orador como “uma joia internacional da coroa”.

Apoio ainda mais forte foi oferecido em abril de 2004, num debate realizado na Câmara dos Lordes sobre a licença da BBC, que deveria ser renovada em 2007. Participaram muitos dos mesmos oradores do debate sobre a Comissão Hutton, um dos quais, lorde Sheldon, disse que, “quando se observam as imprecisões do jornalismo de Fleet Street^{*}, fica-se impressionado com os padrões da BBC, os mais elevados de toda a mídia”. O assunto, contudo, não estava encerrado, e constituiu-se um processo de investigação sob a presidência de lorde Butler, um dos primeiros dirigentes do Serviço Civil. Em janeiro de 2005, um painel governamental liderado por lorde Burns, um dos primeiros funcionários civis, diagnosticou o sistema da BBC como “insustentável”, à medida que o governo atuava ao mesmo tempo como regulador e como patrocinador.

Os serviços públicos de radiodifusão num contexto político e tecnológico em mudança

Em seu discurso na Câmara dos Lordes, Birt assinalou que “a BBC pode e sem dúvida vai encontrar o caminho para sair desse terrível imbróglio”, palavra muito usada na época. Tessa Jowell, secretária de Estado do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte, nova designação de um departamento que, com Blair, adquirira âmbito mais amplo, confirmou que o debate Hutton não influenciaria as decisões

* Rua que se tornou sinônimo da imprensa britânica, onde se localizam as sedes dos principais jornais de Londres. (N.T.)

do governo sobre a renovação da licença da BBC. O processo já tinha começado, afirmou ela, assegurando um “lugar especial para a BBC no coração da nação”. Ela promovera uma pesquisa em dezembro de 2003 para descobrir o que as pessoas gostavam ou não em relação à BBC. Em 31 de março de 2004, mais de cinco mil respostas tinham sido recebidas, e 25 mil pessoas haviam visitado um site sobre a renovação da licença. Nem todas — mas certamente uma ampla maioria, 75% — tinham boas coisas a dizer sobre a emissora. A “falta de publicidade” apareceu entre as três qualidades mais elogiadas; depois vinham os “programas de alta qualidade” e os “noticiários de alta qualidade”.

Se isso é verdadeiro, não é necessariamente válido para a maioria das instituições públicas de radiodifusão na maior parte dos países, as quais, com uma identidade institucional menos estabelecida — e menos recursos à disposição —, atravessaram quase todas uma crise entre 2000 e 2004. Também eram poucas as que dispunham de um forte senso de seu papel global. Algumas, na verdade, tinham administradores que não pensavam em termos globais. Mas o Serviço Mundial de Rádio da BBC estabeleceu sua reputação há muito tempo, inclusive em outros países, e seu serviço de televisão tinha capacidade de competir, em qualquer lugar para onde pudesse ser transmitido, com a CNN ou qualquer outro rival global. Um comunicado de maio de 2004 referia-se ao fato de ela ser uma expressão dos “valores britânicos da abertura, imparcialidade e diversidade de visão”. Ela construía pontes “num mundo inseguro”.

Uma atenção particular era dedicada ao islã. No próprio Iraque, onde as paixões de sunitas e xiitas estavam agora desatreladas, uma pesquisa de audiência realizada em junho de 2004 indicou que mais de 1/5 da população adulta (3,2 milhões de pessoas) ouvia o Serviço em Árabe pelo menos uma vez por semana. Outro 1% ouvia a programação em inglês do Serviço Mundial, embora esta só fosse disponível em duas cidades em FM, e em outros lugares apenas em ondas curtas. Essa realização foi reconhecida no exterior, até nos Estados Unidos, onde um número da revista *Time*, brilhantemente escrito e apoiado por uma pesquisa de igual calibre, concentrado na BBC (13 de outubro de 2003), mostrou na capa um microfone da emissora sob o título “A Beeb^{*} toma conta do mundo”.

Do ponto de vista da radiodifusão doméstica — e a *Time* também se preocupava com isso —, três temas foram repetidamente mencionados nas várias discussões sobre o futuro do serviço público de radiodifusão realizadas tanto informalmente quanto em fóruns organizados, muitos deles como parte do processo de renovação da licença da BBC. Foram eles: o conteúdo dos programas, a gerência institucional e as finanças. Sobre o primeiro, que necessariamente levantava a questão da qualidade do produto de outras emissoras, houve um amplo consenso:

* Beeb: apelido pelo qual os britânicos chamam a BBC. (N.T.)

tinha havido uma “queda de qualidade” nos programas de entretenimento da BBC, apesar de novos sitcoms brilhantes, como *The Office*. O Canal 4, que comemorou o 22º aniversário em 2004, também foi objeto de críticas. Um dos muitos defensores de um quarto canal antes de ele entrar no ar, Anthony Smith, queixou-se, em 2004, não tanto dos programas “de mau gosto” — e deles havia muitos —, mas da falta de programas genuinamente “inovadores”, como *Film Four*, que o Canal 4 tinha deixado de produzir.

Uma nova categoria de programa de entretenimento esteve particularmente sob ataque, sem importar quem fosse o produtor — os chamados reality shows, tais como *Castaway 2000*, *Big Brother*, *I'm a Celebrity*, *Get Me Out of Here*, explorando montagens melodramáticas, e que os críticos consideravam moralmente repugnantes. Mas eles atraíam grandes audiências, e as revelações (editadas) dos participantes, alguns dos quais, ao que se dizia, emocionalmente esgotados, fascinavam os psicólogos. Esses programas deram nova conotação à palavra “realidade” numa época em que a “realidade virtual”, antes explorada de forma tão criativa, estava se pondo a perder.

Permanecia sob discussão saber se a BBC podia estabelecer padrões no entretenimento, embora a *Voz do ouvinte e espectador*, comemorando seu 21º aniversário em 2004, acreditasse que devia fazer isso. Mas ela se concentrava não apenas no estabelecimento de padrões para os serviços públicos de radiodifusão em face da competição comercial, em grande parte do exterior, mas também no gerenciamento e numa governança esclarecidos e criativos. Apoiando vigorosamente o sistema de rádio e televisão financiado por direito de licença para a BBC, considerado uma característica básica da radiodifusão britânica tanto nas pesquisas de opinião quanto nos debates parlamentares, a *Time* observava com preocupação que havia indivíduos e grupos que não apenas questionavam o nível, mas defendiam sua abolição ou substituição gradual pela publicidade ou, de modo mais geral, pela televisão paga. Um relatório elaborado em 2003 para o Grupo de Política de Radiodifusão do Partido Conservador recomendava esta última sugestão, com o apoio de Alan Peacock, que apontara pela primeira vez nessa direção quase dois anos antes, em 1986. Uma taxa compulsória de assinatura incluiria o núcleo do serviço público de rádio e os canais de televisão da BBC, com a opção de acrescentar, contra pagamento, outros canais, se desejado.

Em 2003, o financiamento da BBC passara a depender cada vez mais das receitas comerciais. A BBC Worldwide administrava um grupo de empreendimentos comerciais dos dois lados do Atlântico. A BBC Ventures realizava tarefas sob contrato com organizações sem vínculos com a emissora, publicando livros e revistas e produzindo vídeos e material multimídia. Também vendia séries de programas esportivos para usuários de celulares. Toda organização, para ser eficiente, exige certa “massa crítica”, e a BBC Worldwide, a BBC Ventures e suas subsidiárias logo se tornaram grandes o bastante para desafiar organizações maio-

res do que elas e, acima de tudo, penetrar em mercados difíceis. Por exemplo, um novo canal de TV de entretenimento geral financiado com verbas publicitárias — a BBC Japan, na órbita da BBC Worldwide — foi anunciado em outubro de 2004, devendo começar a transmitir no final daquele ano. Foi o segundo canal da BBC disponível no Japão. O BBC World já estava presente em mais de um milhão e meio de lares. Um canal semelhante de entretenimento geral, o BBC Prime, era oferecido na Europa, na Índia, no Oriente Médio e na África.

Em conjunto, os dois principais “braços” comerciais da BBC, mantidos cuidadosamente afastados das outras operações da organização, empregavam mais de cinco mil pessoas que dependiam de seu sucesso ou fracasso nos competitivos mercados de mídia. As receitas em 2002 foram 35% maiores que as de 2000. Ao mesmo tempo, empresas rivais afirmavam que várias operações das quais obtinham seus lucros não poderiam ser realizadas pela BBC. Também protestavam contra a presença da BBC on-line e do poder daquele que se mostrara ser o site mais atraente da Europa.

Em todos os países em que há serviços públicos de radiodifusão como parte dos sistemas de multimídia levantaram-se críticas similares na primeira década do novo milênio. As instituições de serviço público, afirmava-se, estavam ultrapassando sua jurisdição e, nesse processo, distorcendo a competição não subsidiada. Seu papel deveria restringir-se ao fornecimento de um serviço universal de interesse público. Mas tal restrição implicava manter as instituições públicas trancadas numa armadilha temporal, incapazes de se adaptar às novas tecnologias ou de converter serviços públicos em empresas. Em alguns países, as pressões comerciais conseguiram impor sua própria filosofia política e econômica. Assim, foi anunciado, na primavera de 2002, que a Rádio e Televisão de Portugal (RTP) ficaria com apenas um canal, e que um novo canal “cívico” seria administrado por um consórcio que teria acesso às instalações de produção da RTP. No mesmo ano, a Espanha anunciava propostas para privatizar o departamento de notícias do Canal 9, em Valência. No ano seguinte, a Holanda cortou o orçamento de seu serviço público de radiodifusão e a Dinamarca planejava privatizar a TV2.

O destino da PBS norte-americana, com sua insuficiência de recursos, ofereceu mais uma advertência que um modelo para as emissoras públicas de outros países. Na Europa Ocidental, a partir de uma direção bem diferente, a determinação da União Europeia de ampliar a competição (uma política que remonta à *Télévision sans Frontières*) incomodou algumas instituições públicas de radiodifusão. O mesmo ocorreu com uma série de decisões de processos em torno da lei de comunicações apresentados à Corte Europeia, embora nem todas favoráveis aos interesses comerciais.

Na maioria dos países da Europa Ocidental e em algumas outras regiões, incluindo certos países asiáticos, agora havia agências reguladoras, como a Ofcom na Grã-Bretanha, a CSA na França, a RegTP na Alemanha e a Ascom na Itália, com as funções de coordenação e concessão de licenças, incluindo supervisionar — ou

mais do que isso — todo o “setor de comunicações”. Não houve na Grã-Bretanha, em 2004, nenhuma pressão governamental, ou mesmo da Ofcom, para limitar a independência da BBC, e o diretor dessa agência chegou mesmo a se dar ao trabalho de elogiá-la. O primeiro relatório anual da Ofcom, cobrindo todo o período de sua existência, revelou a ampla gama de preocupações e responsabilidades, incluindo organizar o espectro partilhado, comprado e distribuído por meio de licenças, “proteger as audiências” e o público, promover o aumento da competição na área da radiodifusão, das telecomunicações e da alocação do espectro, além de se responsabilizar pelo “cumprimento da lei” e por seu “monitoramento”. Era uma agenda suficientemente ampla para manter a Ofcom bem mais ocupada que sua predecessora, que tinha poderes limitados, a Oftel. Esta tomara forma no interior do Departamento de Comércio e Comunicações, cujo próprio nome havia sido alterado em 1982. Ela também absorveu outros órgãos, como a Comissão para Reclamações sobre Radiodifusão (Broadcasting Complaints Commission).

Quaisquer que fossem os problemas do serviço público de radiodifusão no novo milênio, as empresas privadas do setor de comunicações também tinham seus grandes problemas em todos os países. Essas empresas eram maiores, contudo, que a maior parte das instituições não lucrativas, e as de escala global tinham uma posição elevada na valiosa lista anual das duas mil maiores da revista *Forbes*. Em 2002, a Microsoft apareceu em segundo lugar, a IBM em nono, a Vodafone em 12º, a Intel em 13º e a Cisco Systems em 18º. Conglomerados como a Pearson (operando a partir da Grã-Bretanha) e a Bertelsmann (com sede na Alemanha) eram suficientemente grandes para mudar de estratégias, reduzindo ou ampliando o número de empresas constituintes. Este foi o caso da Bertelsmann, que em 2000 comprou a CDNow, especializada na venda on-line de CDs a varejo, e em 2001 se aliou à RealNetworks para criar a MusicNet, fornecedora de licenças para tecnologia musical a outros serviços de música on-line.

Muito se escreveu (e fofocou) nas páginas de jornais voltadas para o mundo empresarial sobre os grandes executivos dessas grandes corporações, alguns dos quais viviam trocando de empresa, enquanto alguns poucos desapareciam do cenário. Entre os primeiros estava, na Grã-Bretanha, Dawn Airey, cuja saída do Canal 5 para a BSkyB, em setembro de 2002, foi anunciada como um “golpe”. Havia uma expectativa de que ela fosse para a ITV, de propriedade da Granada and Carlton, cuja fusão em 2002 levou à destituição de Michael Green como diretor. O poder por trás do Canal 5 era Gerhard Zeller, um australiano pouco conhecido na Grã-Bretanha, embora, como principal executivo do RTL, grupo europeu de tamanho considerável, ele tivesse tido a ambição de adquirir uma fatia do Canal 4. Em escala mundial, Michael Eisner, o homem que controlava a Disney — e que antes a havia revitalizado —, esteve frequentemente sob os holofotes dos dois lados do Atlântico, em grande parte por causa das ferozes rivalidades internas, assim como do afastamento de seu amigo Michael Ovitz da presidência, após 14

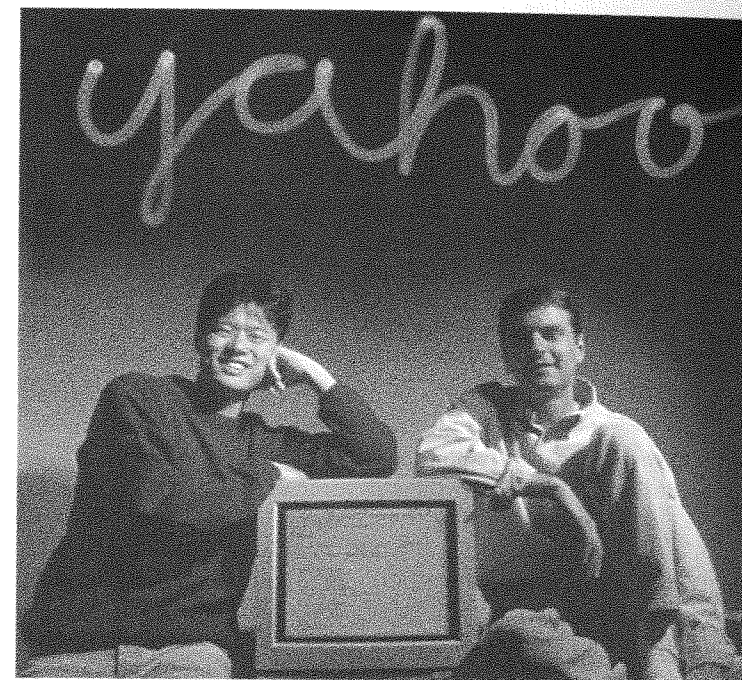


Figura 29. Os fundadores do Yahoo!, ferramenta de pesquisa na internet. Jerry Yang e David Filo eram dois típicos jovens pioneiros da internet. Sem a possibilidade de realizar buscas, a internet, na época em expansão, perderia o seu poder. Em 2001, seus principais competidores eram os jovens e independentes pioneiros da Google, Sergey Brin e Larry Page, que realizaram um criativo lançamento de títulos no mercado.

meses apenas, em 1996. Censuravam-se os contrastes entre as “culturas corporativas”.

Uns poucos empreendedores jovens conseguiram o tipo de atenção que se dedica às celebridades mesmo quando não havia culturas corporativas para louvar ou reprovar. Os dois mais divulgados, em agosto de 2004, eram Sergey Brin e Larry Page, os “jovens gênios” que fundaram (numa garagem de São Francisco), em 1998, o Google, um serviço de internet. Brin tinha então 24 anos e Page, 25. A razão da publicidade em 2004 era o fato de a empresa deles ter acabado de lançar suas ações no mercado por meio de um leilão não convencional e de eles terem sido apresentados ao público por um artigo da *Playboy*. Eram comparados a seus jovens rivais, apenas um pouco mais velhos, Jerry Yang e David Filo, que em 1994 tinham criado o Yahoo! (ver Figura 29), mas parece que não houve referência na

imprensa europeia ao fato de que o presidente e principal executivo do Google era Eric Schmidt, que saíra da Novell no ano 2000.

A juventude também foi o tema do suplemento Tech Track do jornal britânico *Sunday Times*, publicado em outubro de 2004, com detalhes das empresas britânicas de maior crescimento na área da tecnologia, encabeçadas pela Cambridge Broadband, que, a partir de um laboratório vinculado à Universidade de Cambridge, atraiu um grupo internacional de investidores. A China era um dos mercados-alvo. Todas cem companhias tinham suas próprias histórias em matéria de finanças e tecnologia. Mas um dos poucos artigos assinados do suplemento foi escrito por uma executiva da Microsoft, Natalie Ayres, que conclamou os inovadores britânicos a aderir “ao programa de parceria das gigantes do software americanas”.

O Google e o Yahoo! são duas páginas de busca que auxiliam a navegação na internet. Dizia-se que o Google foi inspirado no computador da série de TV *Jornada nas estrelas*, capaz de responder a (quase) qualquer pergunta. A internet era agora considerada tão comum que as atenções populares se voltaram, na imprensa e outros veículos, em que havia uma crescente demanda por informações, para o cronograma de criação de uma sociedade digital e para a mutável tecnologia das comunicações por telefonia móvel. Assim, ao realizar sua pesquisa sobre o que as pessoas gostavam ou não na BBC, Tessa Jowell fez uma segunda pergunta — o que elas pensavam sobre o papel da emissora na “era digital dos multicanais” (ela deixou de acrescentar “da multimídia”).

Havia, de fato, menos interesse público na Grã-Bretanha pela digitalização do que o governo esperava, embora isso fosse uma prioridade tanto dele quanto da BBC. Em seu último discurso à equipe da BBC, em 1999, Birt fizera da “revolução digital” seu principal assunto. A tecnologia digital, explicou ele, não tinha apenas uma característica, mas muitas. Ela “nos levaria embora do mundo da escassez”, “nos capacitaria a solicitar programas e serviços no momento que desejássemos” e nos propiciaria a interatividade. Além disso, ela aumentaria o acesso, e os editores se multiplicariam. Nada disso era novo. A Ofcom tomou a dianteira em setembro de 2004, afirmando que a passagem do analógico para o digital poderia ter início em 2007, e fixando detalhes para as licenças da ITV e dos Canais 4 e 5 antes de o governo estabelecer uma data segura.

O sucessor de Birt como diretor-geral da BBC, Greg Dyke, assumira a mesma causa alguns meses antes. O jornal *Times* de dezembro de 2003 falou de seu desejo de “injetar milhões” na finalização de um sistema nacional de transmissão que traria o rádio e a televisão digitais para toda a população do Reino Unido. Sua permanente falta de disponibilidade em certas áreas criara um sentimento de frustração, até mesmo de desilusão. Dyke afirmou numa palestra no Festival de Televisão de Edimburgo que, num mundo de multicanais de audiências fragmentadas, a BBC seria mais, e não menos, importante.

Uma relação de “riscos” e “perigos”, que Birt incorporou à sua palestra, era tão pertinente em 2003 e 2004 quanto o fora em 2000, e novamente a recitaram num contexto bem diferente, na Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação, realizada em Genebra, no mês de dezembro de 2003. A linguagem dos oradores que se concentraram nos perigos — e que pouco falaram das vantagens da digitalização ou, de fato, da globalização — não tinha mudado muito desde os debates da Unesco, 30 anos antes; um artigo publicado na *Intermedia* (abril de 2004) por Guy Gough Berger, chefe do Departamento de Estudos do Jornalismo e da Mídia na Universidade Rhodes, na África do Sul, sob o título “Interrogar a sociedade da informação”, ainda perguntava: “A ‘sociedade da informação’ é algo que já estamos vendo e que conhecemos ou uma coisa a ser decidida e determinada?” E prudentemente acrescentava uma pergunta subsidiária: “Poderia ser as duas coisas ao mesmo tempo — algo aqui e agora e algo que ainda está por vir?” Inconscientemente, isso faz eco ao comentário de Gibson de que o futuro já está aqui.

Berger não fez referência à comunicação por telefone móvel, e no entanto foi nesse ramo do desenvolvimento da mídia — na verdade, mais que um ramo onde houve uma expansão significativa entre 2000 e 2004, tanto no mundo em desenvolvimento quanto na Europa e nos Estados Unidos, ainda que as condições econômicas fossem desfavoráveis. Em 2000, havia cinco milhões de telefones celulares no Reino Unido. Em 2004, eles eram quase 50 milhões. Seus modos de uso permaneciam controversos. O mesmo ocorreu com o crescimento concomitante das torres de telefones celulares. (Isso provocou a formação de um novo grupo de pressão, o Mast Sanity [www.mastsanity.org], concentrado em controversos perigos para a saúde.)

Havia uma permanente incerteza quanto ao futuro da terceira e da quarta gerações de telefones celulares, cujas operadoras precisavam de licenças do governo. A provável demanda por celulares que pudessem incorporar características multimídia, tais como câmeras digitais (e havia certamente uma crescente demanda própria para eles), tocadores de música digital e dispositivos manuais para videogames (outro mercado ainda em expansão entre 2000 e 2004), era difícil de calcular. Apesar disso, a competição na produção de telefones celulares era dura. Philips, Ericsson, Sony e Nokia estavam entre os fabricantes que faziam ofertas ideais, e a Vodafone — frequentemente fora das páginas de publicidade e do noticiário. Arun Sarin, que assumiu como CEO em julho de 2002, colocava toda a ênfase na implementação. Sem êxito num leilão para adquirir a divisão de radiotelefone da AT&T, ele não abandonou a esperança de transformar a Vodafone num nome genérico para telefonia móvel, um correlativo global da Coca-Cola e do Kleenex. Ele sabia muito bem, tal como seus concorrentes, que não havia carência de *hype*, mas existiam diferentes padrões de demanda, assim como de esquemas de licenciamento, em diferentes países.

Mas havia um fator comum — a velocidade. Os de terceira geração tinham muito mais capacidade de transmitir e receber dados em alta velocidade. A Coreia do Sul e o Japão eram líderes no processo de mudança, tanto na manufatura quanto na distribuição, evidência de que a economia do Nordeste Asiático, que tinha sofrido durante as turbulências econômicas da década de 1990, havia se recuperado. A economia do Sudeste Asiático, contudo, viu-se extremamente perturbada pelo tsunami de dezembro de 2004, o terremoto submarino que produziu ondas gigantes até na Somália, na África. A ajuda da tecnologia estava prevista para o futuro, mas, quando as ondas estouraram, o horror do presente revelou os limites da comunicação numa era na qual o entretenimento conta mais que a informação — e cunhou-se uma nova expressão: “*edutainment*”. Apenas um desastre de escala sem precedentes poderia influenciar as prioridades. Enquanto isso, a opção pela ênfase na tecnologia ainda era motivo de discórdia. Nem todos pareciam otimistas, em particular com respeito ao uso da banda larga, e houve advertências da Intel, em 2004, de que a internet não podia mais aguentar o enorme volume de tráfego que passava por ela, incluindo os *spams* — mensagens indesejadas que ocupavam, ao que se dizia, quatro quintos do e-mail. Vinton Cerf, frequentemente descrito como um dos pais, se não o pai, da internet — em 1970, juntamente com Robert Kahn, ele produziu o primeiro artigo sobre aquilo que se tornaria a internet, “Um protocolo para as intercomunicações acondicionadas em rede” —, disse numa conferência realizada em São Francisco em setembro de 2004 que o mundo ainda estava na Idade da Pedra em termos de formação de rede.

Posfácio

A Idade da Pedra se estende muito além do período coberto por este livro. De qualquer modo era raro, para os pioneiros da mídia, velhos ou novos, exigir uma perspectiva de longo prazo. Os historiadores, mais que os futurólogos, devem fornecê-la. Houve algumas guinadas históricas curiosas no curto período coberto por esse último capítulo. Em 2002, Winston Churchill esbravejou na entrega dos prêmios da televisão norte-americana, no rastro do 11 de Setembro, quando o artista britânico Albert Finney ganhou o prêmio de melhor ator por seu impecável e comovente retrato de Churchill em *The Gathering Storm* (produção da HBO, sem título em português). No outono de 2004, um filme alemão sobre Hitler, *Der Untergang* — a primeira produção alemã centrada nesse personagem desde 1945, e a primeira a tratá-lo como ser humano — foi apresentado em Berlim. Ao mesmo tempo, a televisão alemã mostrou um documentário sobre a produção desse filme para enfatizar sua importância nacional. Num contexto global em contínua mudança, Churchill e Hitler agora aparecem de maneira diferente daquela do passado. Da mesma forma Stálin e Franklin D. Roosevelt.

Houve um elemento de ironia na aquisição, pela Sony, em setembro de 2004, de uma coleção de 41 filmes antigos da Metro Goldwyn Mayer, apresentados pelo leão que rugiu, um ícone do cinema, em face da concorrência inicial da Time Warner norte-americana. A venda de filmes antigos da MGM em DVD tinha quase triplificado desde 2001. Entre eles, *Ben-Hur*, *O mágico de Oz*, *Doutor Jivago*, *A pantera cor-de-rosa*, *Amor sublime amor* e os filmes de James Bond, a constelação do século. Em 1989, quando a Sony adquiriu a Columbia Pictures e a cadeia de cinemas Loews, o evento foi comparado a Pearl Harbor, que agora não passa de uma velha história.

Houve outro evento com ecos do passado em 2004, os Jogos Olímpicos de Atenas, as “Olimpíadas olímpicas”, globalmente narrados e televisados, só nos Estados Unidos, por sete redes diferentes, que evocaram não apenas as Olimpíadas de 1896, a primeira da era moderna, mas os Jogos Olímpicos da Antiguidade, sobre os quais vários livros foram escritos. Atenas mostrou ser o local perfeito para os jogos em que a China, escolhida para sediar as próximas Olimpíadas, se destacou na lista de medalhas. O esporte, com seus protocolos e códigos próprios, agora deve figurar no final de qualquer relato de longo prazo sobre a história da mídia global. Em circunstâncias de multimídia, ele apareceu com mais proeminência na televisão e na imprensa que no cinema ou na internet. A psicologia é fascinante. Em setembro de 2004, o *Financial Times* estampava no suplemento de fim de semana: “O esporte se tornou uma obsessão.” “O esporte é usado como uma forma de distração para a guerra e a política”, dizia Simon Kruger, mas “depois de um verão em que as Olimpíadas, a Eurocopa 2004 e Wimbledon prenderam a atenção de todo o público televisivo, ficou mais difícil nos distrair do esporte”.

A palavra “histórico” é agora usada mais em relação aos eventos esportivos do que para os econômicos, políticos e diplomáticos, pois a mídia se concentra no dia (hoje e amanhã) e na semana, muitas vezes sugerindo o que irá acontecer, e não relatando o que já aconteceu. A maior parte das coisas é efêmera. Os autores deste livro, vivendo numa sociedade e numa cultura com uma longa história, tentaram manter seu senso de perspectiva, o que é difícil de conseguir quando a mídia se concentra no dia (hoje e amanhã) e na semana, frequentemente sugerindo o que vai acontecer, e não descrevendo o que ocorreu. Grande parte disso é efêmero. Deixa para os leitores, contudo, como dissemos na “Introdução”, a tarefa de preparar suas próprias cronologias e formar seus próprios julgamentos. Não há uma agenda estabelecida para o futuro.