



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSORA ORIENTADORA: FLOR MARLENE
ÁREA: SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

Reflexões sobre a atuação da mídia no novo contexto da América Latina

Fernanda Polenz Cademartori
20486995

Brasília, Maio de 2007

Fernanda Polenz Cademartori

Reflexões sobre a atuação da mídia no novo contexto da América Latina

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Prof . Dra Flor Marlene

Brasília, Maio de 2007

Fernanda Polenz Cademartori

Reflexões sobre a atuação da mídia no novo contexto da América Latina

Trabalho apresentado à
Faculdade de Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito parcial
para a obtenção ao grau de
Bacharel em Comunicação
Social com habilitação em
Publicidade e Propaganda do
UniCEUB – Centro Universitário
de Brasília

Banca Examinadora

Prof. Flor Marlene

Orientadora

Prof.

Examinador

Prof.

Examinador

Brasília, Maio de 2007

Dedicatória

**Este trabalho é dedicado à todos “los
hermanos” latino-americanos; que nossa
luta não seja em vão.**

Agradecimentos

Agradeço à minha mãe Mariza, que me ensinou os valores sociais e democráticos, ao meu pai Sérgio, pelo apoio e a influência acadêmica, à minha orientadora Dra Flor Marlene, pela inspiração latino-americana e à jornalista Lísia Gusmão, grande amiga e companheira nessa luta.

"Temos, há muito tempo, guardado dentro de nós um silêncio bastante parecido com estupidez".
Eduardo Galeano.

RESUMO

A América Latina vive uma mudança no cenário político, econômico e social. Os meios de comunicação de massa são os atores centrais do sistema global. A mídia cria e legitima valores a partir de lógicas de mercado, indo contra qualquer ideologia alternativa ao sistema neoliberal. Assim, percebe-se que há uma hostilidade por parte de mídia em relação aos líderes latino-americanos, que são a nova representação da esquerda no mundo. Hugo Chávez tem sua imagem deturpada, e os periódicos brasileiros o colocam como um ditador autoritário, e seus projetos de desenvolvimento econômico são irrelevantes para esses veículos.

Palavras-chave: Mídia, América Latina, Hugo Chávez, manipulação, neoliberalismo.

Sumário

Introdução	
1. Contextualização Histórica da América Latina	
1.1 O neoliberalismo	
1.2 Um novo modelo de desenvolvimento	
2. A função social da mídia e suas atribuições políticas	
2.1 O Alcance da Mídia de Massa	
2.2 Influência e Persuasão	
2.3 A antiga função da imprensa	
2.4 A mídia do Século XXI	
2.5 Os filtros da manipulação	
3. A posição da mídia latino-americana	
3.1 O golpe midiático	
3.2 A imprensa brasileira	
3.3 A análise dos periódicos	
3.4 A resposta do Governo Venezuelano	
Considerações Finais	

INTRODUÇÃO

Vivemos um período da história da humanidade em que a filosofia liberal capitalista é inerente à maioria dos governos nacionais ao redor do mundo, governos que, apesar de eleitos democraticamente, pelo voto popular universal – aos moldes da democracia ocidental -, criam políticas públicas destinadas prioritariamente ao aquecimento da economia de mercado, remetendo ao um plano secundário as ações apaziguadoras das mazelas sociais.

A globalização, de certa forma, contribui para a disseminação da cultura norte-americana e européia, fazendo com que ocorra uma padronização de comportamentos, culturas e hábitos de consumo. As leis capitalistas definem o lucro como premissa básica de sobrevivência nesse sistema, e geram demandas de consumo e abertura de mercados para importação e exportação de bens de consumo e produção.

Segundo o geógrafo brasileiro Milton Santos, falecido em 2002 , “A globalização é, de certa forma, o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista” (SANTOS, 2000, pg 23)

O modelo capitalista neoliberal é imposto aos países de Terceiro Mundo, que são praticamente obrigados a seguir as leis definidas pelas grandes instituições financeiras internacionais. Os países encontram-se endividados, com um grande contingente de população abaixo da linha de pobreza e perdendo suas raízes culturais.

Diante desta inquestionável hegemonia neoliberal, pode-se dizer que a América Latina é o continente que está se diferenciando em relação ao resto do mundo. A partir de 1998 uma mudança começou a ocorrer no Continente com a eleição do Presidente Hugo Chávez, da Venezuela, que prega uma alternativa ao sistema historicamente constituído sob o domínio europeu ou norte americano.

Por ser um país rico em petróleo, a Venezuela sempre foi muito visada pelos importadores e maiores consumidores deste produto, que interferiram no sentido de privatizar reservas e poços de petróleo, juntamente com o controle dos meios de comunicação, meios importantes para propagar a legitimidade das medidas políticas.

Aparentemente a população venezuelana está sentindo as mudanças a seu favor: O analfabetismo foi erradicado, a saúde pública melhorou significativamente, o PIB aumenta a cada ano e, com o sistema de produção e refino de petróleo estatizado, os lucros obtidos são canalizados para melhorar a distribuição de renda.

Como afirma o jornalista Mário Augusto Jakobskind em seu artigo no site Observatório da Imprensa (04/10/2005):

O governo Chávez conseguiu em pouco tempo reverter a tendência da utilização dos recursos provenientes da exportação do petróleo. Hoje, esses recursos estão voltados para atender às classes populares.

Pode-se dizer que se inicia aí uma grande mudança de paradigmas. De acordo com a matéria publicada na Revista Caros Amigos, de fevereiro de 2007, os principais fatores que caracterizam o ressurgimento da esquerda no continente são: fatores étnicos, a universalização do sufrágio eleitoral e a exclusão em massa provocada pelo neoliberalismo.

Depois de Chávez houve uma seqüência de presidentes eleitos por partidos de esquerda em todo o continente: Evo Morales na Bolívia, Rafael Correa no Equador, Nestor Kirchner na Argentina, Lula da Silva no Brasil, Tabaré Vasquez no Uruguai, Daniel Ortega na Nicarágua, Alan Garcia no Peru e Michele Bachelê no Chile. Candidatos que venceram pela maioria dos votos que obtiveram em eleições democráticas.

Mas com toda essa mudança, percebe-se uma resistência dos meios de comunicação em aceitar e publicar este novo panorama. Em todos os países da América Latina, a indústria da mídia está se posicionando contra esses ícones de esquerda. Manipulam as notícias para que a população entenda como um movimento populista e ditatorial, que ameaçaria a democracia e a liberdade dos cidadãos.

Portanto, o objetivo deste ensaio é entender a seguinte questão: Por que os representantes populares da América Latina são tão hostilizados pela mídia latino-americana e mundial?

Através da leitura e análise de referências diversas, pretende-se elaborar um estudo que permita tornar claro quais os reais interesses dos

meios de comunicação para a legitimação das políticas neoliberais e a marginalização daqueles que têm uma opinião contrária à hegemonia, sendo apenas em termos governamentais, mas em todas as esferas da sociedade.

Para este estudo serão utilizados livros, artigos científicos, sites institucionais e periódicos. A modalidade de pesquisa é a qualitativa, que permite vasculhar em maior profundidade problemáticas propostas no âmbito das ciências sociais.

Stake (1983) menciona a importância em distinguir as abordagens *quantitativa* e *qualitativa* de pesquisa afirmando, todavia, que todos os pesquisadores quantitativos fazem discriminações qualitativas, assim como todos os pesquisadores qualitativos descrevem importantes quantidades em seus relatos. Segundo ele, e corroborado por Alves (1991), a diferença reside numa questão de ênfase que as pesquisas quantitativas e qualitativas conferem aos aspectos dos objetos investigados. Caracterizam a pesquisa quantitativa por extrair dados de um grande número de casos sobre um pequeno número de variáveis confrontando-a à pesquisa qualitativa que obtém dados de um pequeno número de casos sobre um grande número de variáveis. Na pesquisa qualitativa enfatiza-se a compreensão da singularidade e a contextualidade de fatos e eventos, no entanto, Stake esclarece que esta não é uma distinção fundamental. A distinção mais importante é de natureza epistemológica entre as generalizações que os dois tipos de pesquisa proporcionam.

O ensaio está dividido em três capítulos: o primeiro faz uma contextualização histórica da América Latina e da expansão do sistema neoliberal; o segundo uma breve demonstração da situação da mídia mundial e o terceiro a relação da mídia com a figura do presidente venezuelano Hugo Chávez Frías. Finalmente, nas considerações finais, são apresentados os resultados obtidos a partir deste estudo.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA AMÉRICA LATINA

O século XXI começa marcado por uma nova situação política, econômica e social na América Latina.

Após anos de exploração dos colonizadores, seguidos por uma regressão histórica com as crises econômicas e políticas do século 20, hoje, pode-se dizer que a América Latina é o continente com o maior número de Estados-Nações em situação de transição, em busca da autodeterminação e de alternativas de desenvolvimento socialmente sustentável. São Estados que oferecem uma maior resistência ao capitalismo neoliberal, cuja hegemonia mundial começa a ser contestada. São também os que apresentam maiores reflexões teórico-sociais nos meios acadêmicos e mobilização de classes de trabalhadores em torno de um pensamento crítico.

A contestação mais enfática ocorre em torno do modelo de desenvolvimento neoliberal. Questões históricas e contemporâneas justificam essa polarização e a importância de sua compreensão.

1.1 O neoliberalismo

A palavra neoliberalismo é sem dúvida uma das mais ambíguas, tanto no vocabulário político como no vocabulário econômico. Não há dúvida, no entanto, quanto ao seu fundamento no chamado "liberalismo clássico", que teve origem com o economista clássico inglês Adam Smith (século XVIII).

Entre as várias interpretações emprestadas ao termo neoliberalismo está aquela que considera o Estado como agente responsável pela gestão de apenas alguns aspectos da estrutura política, econômica e social. Conhecida como "estado mínimo", propõe retirar das mãos do Estado e passar à iniciativa privada o controle do funcionamento da economia, das instituições financeiras e de alguns serviços até pouco tempo considerados estratégicos, como infraestrutura de transportes, energia e telecomunicações. Nesta visão o Estado só exerceria poder em sistemas básicos de funcionamento da nação, como saúde e segurança pública. Mesmo a educação básica e de ensino superior passaria para o controle de instituições privadas.

A estréia da política neoliberal no continente americano ocorre no Chile, na presidência do general Augusto Pinochet, que tomou o poder em 1973 por meio de um golpe de Estado. O Chile era então governado pelo presidente eleito Salvador Allende, de orientação socialista e disposto a realizar reformas de base em consonância com os anseios da grande massa de trabalhadores insatisfeitos com a trajetória econômica do país, historicamente alinhado à estratégia dos países do centro do capitalismo que relegava aos países da periferia o papel de produtores de matéria-prima para as grandes empresas do centro do capitalismo mundial. A consequência mais imediata refletia-se nos baixos salários e falta de mobilidade social, derivado da estagnação econômica e dependência tecnológica.

Com a ajuda da Marinha o General Pinochet invadiu a cidade de Valparaíso, no litoral chileno, em 11 de setembro de 1973, e obrigou o Presidente Allende a entregar o cargo. Salvador Allende acabou suicidando-se no interior do Palácio de La Moneda, inconformado com a idéia de entregar o poder legitimamente constituído a um grupo de militares golpistas, sabiamente comprometidos com a continuidade do modelo imperialista representado pelos Estados Unidos, diretamente envolvidos no episódio.

Pinochet adotou um modelo neoliberal engendrado por intelectuais da Universidade de Chicago, conhecidos como “Chicago Boys”, que só dez anos mais tarde seria usado por Margareth Thatcher, na Inglaterra, e Ronald Reagan, nos Estados Unidos da América.

O novo governo chileno privatizou metade das minas de cobre, serviços básicos da população como saúde e educação, os bancos e a previdência social. O resultado do governo Pinochet apareceu mais tarde, com os números. Durante a década de 1980 o PIB caiu 13,4% e o desemprego chegou a 19,6% da população economicamente ativa. E em 1990, 38,6% dos chilenos estavam abaixo da linha de pobreza. (Fonte: Wikipedia)

Já a vitória de Margareth Thatcher na Inglaterra em 1979 assegurou para este país o pioneirismo na Europa na efetivação da receita neoliberal. Foi o primeiro país do mundo desenvolvido a se empenhar na concretização do neoliberalismo.

Nos Estados Unidos, a vitória de Ronald Reagan marcou o início da prática neoliberal neste país. O neoliberalismo foi erigido em doutrina oficial da política econômica do governo dos Estados Unidos, norteando as ações e estratégias internas e externas deste país de forma contundente ao longo de toda a década de 1980.

A face marcante do neoliberalismo nestes dois países do primeiro mundo foi a adoção, no âmbito interno, da concepção de que o Estado não mais deveria constituir-se no único agente responsável pelas políticas sociais, enfraquecendo assim o estado de bem estar social e, no âmbito externo, de que o liberalismo econômico seria a possível solução para o desenvolvimento dos países de terceiro mundo. Caberia ao Fundo Monetário Internacional – FMI, o papel de ajustador estrutural nas economias dos países mais pobres, em especial os da América Latina.

Outros governos de países da América Latina foram seduzidos pelo discurso neoliberal e começaram a implantar em seus países o receituário do Neoliberalismo. Chegou na Argentina com Carlos Menem; com Carlos Andrés Perez na Venezuela. Em 1990 no Peru com Alberto Fujimori. No Brasil a adoção do modelo neoliberal se inicia com o ex-presidente Fernando Collor de Melo e continua com o governo de Fernando Henrique Cardoso (SADER e GENTILI, 1995).

A conclusão da avaliação dos resultados das políticas neoliberais em vários países mostra que:

Durante toda a década de 80, período do apogeu do Neoliberalismo, se considerarmos os itens: deflação, lucro, salários, empregos, podemos afirmar que o programa neoliberal teve sucesso no que se propôs: diminuiu a inflação, houve aumento nos lucros, rebaixamento dos salários, diminuição do emprego. No caso de países da Europa a taxa de inflação caiu de 8,8% para 5,2% entre os anos 70 e 80. O lucro das empresas que nos anos 70 caiu em cerca de 4,2%, nos anos 80 aumentou em 4,7. Os salários foram rebaixados. A taxa de desemprego nestes países que havia ficado em torno de 4% nos anos 70 praticamente duplicou na década de 80. Mas o êxito nestes itens deveria levar a reanimação do capitalismo, com taxas de crescimento no nível daquelas antes da crise dos anos 70. Isto não aconteceu. A taxa de crescimento foi muito baixa nos países da OCDE. Qual a razão? A desregulamentação financeira proposta pelo neoliberalismo favoreceu mais a inversão especulativa do que a produtiva (SADER e GENTILI, 1995).

O resultado prático mostrou que a década de 1980 foi a pior década da história recente do continente latino-americano, abalado por crises econômicas

e culturais que culminaram num colapso de regressão social, de repressão histórica e submissão aos organismos financeiros internacionais.

A saída para o flagelo sugerida pelos organismos financeiros internacionais foi a adesão incondicional ao chamado Consenso de Washington, de 1989. O termo é atribuído ao economista estadunidense John Williamson que assim referiu-se a uma lista de dez recomendações dirigidas aos países em depressão econômica e que estariam dispostos a reformar suas economias.

De inclinação ortodoxa o Consenso pregava, entre outras medidas, manutenção de altas taxas de juros, abertura comercial, privatizações, desregulamentação e investimento direto estrangeiro. (NAÍM, 2000)

A desregulamentação posta em prática por inúmeros países resultou numa flexibilização nas leis trabalhistas que se refletiu, por exemplo, na precarização das relações de trabalho. Com a entrada incondicional do capital estrangeiro, a mão de obra tornou-se autômata e barata, perdendo as condições razoáveis de trabalho conquistadas durante anos de lutas sociais, muitas vezes no enfrentamento com governos autoritários. (SADER, 2005)

A aceitação dos princípios do Consenso praticamente obrigou a América Latina a abrir a economia ao investimento de capitais estrangeiros. Os países que estavam quebrados após as sucessivas crises que ocorreram ao longo da década de 1980 foram pressionados a abrir seu mercado interno, baixando as taxas de importação e eliminando políticas protecionistas que mantinham competitivas suas incipientes indústrias nacionais. Convencionou-se no âmbito das administrações do FMI e o Banco Mundial que estas instituições apenas emprestariam o capital aos países que estivessem dentro das normas estipuladas pelo Consenso.

Na mesma época o Leste Asiático, que também foi convidado a aderir ao Consenso, recusou-se, e enquanto a América Latina importava artigos de consumo para satisfazer uma demanda reprimida, principalmente composta por setores da classe média com poder aquisitivo em alta, o continente asiático importava bens de capital para seu desenvolvimento. Assim, a América Latina era orientada ao ocidente sendo englobada por uma cultura de consumo e massificação da mão de obra. Os governos resistentes às reformas eram taxados de populistas (CHOMSKY, 2006).

1.2 Um novo modelo de desenvolvimento

Movimentos populares espalhados por vários países da América Latina deram o primeiro alerta da insatisfação que tomava conta das classes menos abastadas destes países. No ano de 1989 houve uma revolta nas ruas de Caracas, capital da Venezuela, chamado de “Caracazo”, que levou as pessoas às ruas após o anúncio do então Governo Pérez de elevar os preços da gasolina e, conseqüentemente, das passagens dos trabalhadores (Sader, 2005). Houve inúmeras prisões e algumas mortes entre os manifestantes.

Em 1992 ocorreu uma tentativa de golpe na Venezuela contra o Governo de Carlos André Pérez, comandada pelo tenente-coronel Hugo Chávez e que o levou à prisão por um período de dois anos.

Em primeiro de janeiro de 1994 passou a vigorar na América do Norte o bloco econômico NAFTA – Tratado Norte-Americano de Livre Comércio – do qual são signatários os Estados Unidos, o Canadá e o México. No mesmo dia do início das atividades do NAFTA uma rebelião na província mexicana de Chiapas, liderada pelo Exército Zapatista de Libertação Nacional e conhecido como “o Grito de Chiapas”, inaugurou os protestos populares contra o referido Tratado. Segundo o sociólogo brasileiro Emir Sader, esse fato representa o novo movimento político – social latino americano, mais tarde denominado de “a nova esquerda” (SADER, 2005).

Entre 1994 e 1999 dez países de renda média na América Latina passaram por significativas crises financeiras. Muitos acordos financeiros internacionais foram firmados e muitas empresas estatais privatizadas.

A Argentina teve a maior recessão histórica no menor período de tempo; a Colômbia firmou um tratado político-militar bilateral com os Estados Unidos, e até hoje tem a segunda maior embaixada americana do mundo, só perdendo para o Iraque; o Chile depende da demanda dos Estados Unidos e da Ásia para importação de cobre com taxas baixíssimas. O Brasil chegou ao ápice da inflação em 1999 com aumentos de 49%, que foi embutida em dívida pública (SADER, 2007).

O neoliberalismo deixou o continente latino-americano com uma dívida externa imensurável e com transformações de hábitos de consumo e ideologias.

Segundo Emir Sader em artigo publicado no site Mundo Real (11/04/2005):

As falsas promessas de retomada do desenvolvimento empurraram a América Latina à estagnação que a afeta desde 1999, enquanto a desigualdade e a exclusão social se aprofundam, as fragilidades externas aumentam, a renúncia à afirmação das nossas identidades se estende e o continente se vê transformado no mais instável do mundo em termos econômicos e sociais.

Mas o continente, inesperadamente, demonstra ter a vontade e a autonomia necessárias para buscar saídas alternativas para a crise. Eleições democráticas realizadas em várias nações indicam uma ansiedade popular para novos caminhos, distintos dos traçados historicamente pelas forças colonialistas e imperialistas.

Em 1998 foi eleito na Venezuela o presidente Hugo Chávez, que com um discurso socialista e nacionalista vai de encontro aos anseios de uma população excluída dos benefícios econômicos proporcionados pela venda, em escala mundial, da principal riqueza do país, o petróleo. Chávez acenou com a possibilidade de melhorar a distribuição de renda e foi eleito com 56% dos votos, estando no poder até os dias de hoje.

Em 1999 a Venezuela realizou um referendo para a elaboração de uma nova Constituição. Vencido o referendo proclamou-se a Constituição que foi submetida a uma nova consulta popular e recebeu a aprovação de 71,21% da população.

A partir da nova Constituição a então Quinta República passou a se chamar República Bolivariana da Venezuela. A nova Constituição, entre outras mudanças, atribuiu mais poderes ao presidente, extinguiu o Senado e reconheceu os direitos culturais e lingüísticos das comunidades indígenas.

A principal ação do Governo Chávez tem sido a luta para a estatização da petrolífera PDVSA, e assim direcionar a receita obtida a partir do comércio petróleo para a população carente da Venezuela.

Hugo Chávez é filho de professores, com 17 anos entrou no Exército e, em 1975, estudou Ciências e Artes Militares, ramo da engenharia. Ganhou o posto de Tenente-Coronel e sua primeira aparição política foi em 1992 com a tentativa de golpe contra o presidente Carlos Pérez. Chávez ficou preso por 2

anos e durante seu período na cadeia, escrevia para seus companheiros de revolução.

Foi libertado após o afastamento de Pérez, graças a uma anistia do então presidente Rafael Caldera e abandonou a vida militar, dedicando-se então à política.

Em 2002 houve uma tentativa de tirar Chávez do poder, mas a população venezuelana foi às ruas de Caracas em protesto para a volta do presidente. Em menos de 24 horas Chávez estava de volta ao Palácio Miraflores.

Por ter rompido com os Estados Unidos e fechado as portas para o neoliberalismo, a figura do Presidente Hugo Chávez é considerada como um ícone antiimperialista, que tem simpatizantes e inimigos pelo mundo todo.

2. A FUNÇÃO SOCIAL DA MÍDIA E SUAS ATRIBUIÇÕES POLÍTICAS

2.1 O Alcance da Mídia de Massa

O papel da mídia sempre foi central nas sociedades ocidentais. É a partir das informações obtidas pelos meios de comunicação de massa que formamos nossas opiniões, nos mantemos informados sobre os acontecimentos da atualidade e criamos nossa visão de mundo.

Com os avanços tecnológicos, a disseminação das informações fica cada vez mais viável, rápida e barata. As agências de notícias apuram, cobrem, editam e distribuem as notícias para a imprensa do mundo inteiro em questão de poucas horas.

As televisões e grandes produtoras de programa de entretenimento têm recursos tecnológicos e financeiros para fazerem novos shows quase que diariamente.

Somos bombardeados por notícias e publicidade em todos os momentos do nosso dia. E na maioria das vezes, não temos tempo de fazer uma análise sobre a fidelidade com que os fatos são transmitidos.

2.2. Influência e Persuasão

Sabe-se que hoje a mídia tem o papel de formadora de opinião. Não só mais informa, mas também forma opinião. Em países como o Brasil, onde a educação aparentemente nunca foi uma prioridade dos Governos, a exposição das pessoas aos meios de comunicação tornou-se natural. De forma automática nossa cultura de massa é gradativamente moldada, como afirmam Guareschi e Biz (2005, pg 43):

A mídia, hoje, coloca a agenda de discussão. Isto é, ao redor de 80% dos temas e assuntos que são falados no trânsito, no trabalho, em casa, nos encontros sociais são colocados à discussão pela mídia.

A maioria das tomadas de decisões diárias têm alguma influência da mídia. Um exemplo disso é a sua utilização como fonte de informação para conhecimento dos candidatos a cargos eletivos de um país.

Somos massificados pela música que está na mídia, compramos o carro da moda, a revista X, a roupa da marca Y e nos identificamos com os ídolos criados e legitimados pela mídia.

Existe uma norma hoje instituída na sociedade que diz que quem está na mídia é confiável. Os artistas, os caçadores de fama instantânea, os repórteres e os políticos, por estarem na mídia já não são questionados. Já vêm com um valor agregado (GUARESCHI E BIZ,2005).

A globalização não seria viável se não fosse o poder da mídia para legitimar os valores de consumo e lucro acima de valores civis e democráticos. De acordo com Carlos Martins Jeremias :

Boa parte das nossas atitudes cotidianas são reflexos da influência constante e maciça da mídia em nosso ambiente. As identidades particulares vêm sendo substituídas pelos formatos padronizados (JEREMIAS, internet, 05/08/2005).

Segundo Dênis de Moraes em seu artigo Estratégias de mídia no cenário global publicado no site da revista Contracampo (nº 2 ISSN:1414-7483):

Nunca a oferta cultural foi tão abrangente, e nunca se registrou uma oligopolização tão acentuada dos centros difusores de conteúdos. Os complexos de teleinfocomunicação controlam hoje mais de dois terços dos entretenimentos absorvidos pelo planeta. Em face da mundialização de hábitos e gostos, abalam-se as identidades clássicas entre os povos.

As notícias tornaram-se espetacularizadas para cada vez mais chamar a atenção dos telespectadores e leitores. E a publicidade passou a ser usada como uma arma para assegurar o funcionamento dessa lógica.

Cada empresa jornalística tem uma linha editorial, que, por sua vez, segue as regras empresariais, sem permitir um questionamento sobre o que é veiculado. “Ao contrário das outras instituições sociais, a mídia não se sente na obrigação de prestar conta do que faz e fala” (GUARESCHI e BIZ: 2005, pg 9).

A questão da imparcialidade da imprensa é pouco discutida nas sociedades, mas muitos autores vêm trabalhando este tema de forma a encontrar as respostas para as identificações culturais da modernidade. O que se pode afirmar é que os grandes veículos de comunicação vêm “embalados numa aura de neutralidade”, conforme palavras dos escritores e pesquisadores do assunto Pedrinho Guareschi e Osvaldo Biz (apud Guareschi, 2003):

Supõe-se que a notícia seja assim como foi dada, como a escutamos. Poucos são os que têm consciência que tal notícia já passou por uma série de metamorfoses, obedecendo a interesses dos controladores.

Embasados na liberdade de expressão, uma das premissas básicas de democracia, os critérios usados pelos meios de comunicação para informar o público sobre os acontecimentos ocorridos no mundo é no mínimo duvidoso.

O escritor Dênis de Moraes descreve que:

As corporações de mídia e entretenimento exercem um duplo papel estratégico na contemporaneidade. O primeiro diz respeito à sua condição peculiar de agentes operacionais da globalização, do ponto de vista da enunciação discursiva. Não apenas legitimam o ideário global, como também o transformam no discurso social hegemônico, propagando as visões de mundo e de modos de vida que transferem para o mercado a regulação de demandas coletivas (MORAES, 2003, pg 187).

2.3 A antiga função da imprensa

Pode-se dizer que há dez anos atrás a indústria da mídia tinha duas características: 1) era um setor da sociedade que ao mesmo tempo que a representava defendia seus interesses. 2) era dividida em três categorias da comunicação: rádio, televisão e mídia impressa.

Digamos que era uma ferramenta que possuía como função propiciar à sociedade o acesso à informação, aos acontecimentos da sua comunidade, do país e do mundo.

Para Ignácio Ramonet, diretor-presidente do jornal francês Le Monde Diplomatique :

Poderíamos, há dez anos, falar dos meios de comunicação como um universo fechado, com sua própria lógica, com sua própria dinâmica, autônomo em relação ao resto do universo da comunicação, mas hoje isso não é mais possível” (RAMONET, 2003, pg 244).

Antigamente a mídia era um contra-poder, um instrumento da sociedade contra os abusos dos poderes. Era comum os jornalistas denunciarem violações dos direitos humanos, criticar, rejeitar e resistir democraticamente às decisões ilegais e às vezes até criminosas a pessoas inocentes. A expressão Quarto Poder foi criada justamente para definir a mídia como uma

representação da sociedade civil à despeito dos três outros poderes: Legislativo, Executivo e Judiciário. Ramonet (2003, pg 1) afirma que:

Definitivamente, e graças ao senso cívico dos meios de comunicação e à coragem de jornalistas audaciosos, as pessoas dispunham deste "quarto poder" para criticar, rejeitar e resistir, democraticamente, às decisões ilegais que poderiam ser iníquas, injustas e até criminosas para com pessoas inocentes. Dizia-se, muitas vezes, que era a voz dos sem-voz.

2.4 A Mídia do Século XXI

A partir da entrada do modelo neoliberal e com a globalização, a mídia foi perdendo sua real função. Ao invés de ter o papel de contra-poder, passou a ser um instrumento a serviço da hegemonia capitalista e neoliberal.

As empresas de mídia passaram a funcionar a partir de lógicas de mercado. Segundo as leis do capitalismo, o lucro é a premissa básica para a existência no mercado competitivo.

“As empresas estão concentradas naqueles mercados que prometem o melhor retorno” (MCCHESENEY, apud REDSTONE, 2003) e com a falta de valores culturais solidificados, encaramos esta lógica capitalista como uma tendência natural e positiva.

As grandes empresas de mídia estão se unindo em conglomerados que têm o monopólio das telecomunicações. As empresas maiores compram as menores e todas devem seguir a linha editorial da maior.

As fusões ocorridas no mundo nos negócios midiáticos transformaram as empresas de comunicação em mega-empresas que abrangem todos os setores que estão envolvidos com a comunicação social: imprensa, redes de televisão, rádio, sites da internet, gravadoras de música, revistas especializadas, telefonia etc.

Assim, esses mega conglomerados atuam em escala global, disseminando formas de comportamento, hábitos de consumo e preferências culturais.

Pode-se dizer que a indústria da mídia hoje é composta por três esferas: a da cultura de massa com sua lógica mercadológica e suas criações populares, a publicidade, com a retórica da persuasão e a informação, com as

agências de notícia, televisão e rádio, a imprensa em seu sentido real. Hoje, essas 3 esferas se fundem e criam mitos e símbolos da sociedade. Afirma Ignácio Ramonet em seu artigo *O Quinto Poder* (2003, pg 3):

Por meio de mecanismos de concentração, estas hiperempresas contemporâneas apoderam-se dos mais diversos setores da mídia em inúmeros países, através de todos os continentes, tornando-se, assim, devido a seu peso econômico e sua importância ideológica, os atores centrais da globalização liberal.

Ainda segundo Ramonet (2003 pg 1), “Os grandes conglomerados de mídia, que são os novos senhores do mundo, inspiram a grande Trindade da Globalização: o FMI, Banco Mundial e a OMC.”:

Na atual fase da globalização, assiste-se um confronto brutal entre o mercado e o Estado, entre o setor privado e os serviços públicos, entre o indivíduo e a sociedade, entre o íntimo e o coletivo, entre o egoísmo e a solidariedade.

Com todo esse poder, essas empresas pressionam governos a revogarem leis que limitam a concentração ou impedem a constituição de monopólios. Não existem limites para tal avanço. Como escreveu o estudante de jornalismo Carlos Eduardo Martins Jeremias (05/08/2005)

Valendo-se de brechas nas legislações dos países, ou acumulando vitórias em grandes batalhas jurídicas, os conglomerados de comunicação vêm ganhando mais e mais poder a cada ano. E esse poder, promovido pela política neoliberal capitalista, se expande para além do setor, criando uma nova ordem social, paralela e concorrente à estabelecida, onde as megacorporações estão posicionadas no patamar mais alto, hierarquicamente superiores aos Estados Nacionais. Ou seja, uma ordem onde os interesses das sociedades nacionais estão submetidos aos interesses desses grupos.

As empresas gigantes, a exemplo da New Corps, Viacom, AOL Time Warner, General Eletric, Microsoft, United Global Com, Disney, Telefônica, RTL Group, France Telecom, compartilham este mercado, e quem está fora dele é simplesmente desconsiderado e desqualificado frente à sociedade, criando-se uma imagem de veículo a serviço de idéias revolucionárias ou populistas.

Com a aceleração da tecnologia e as políticas implementadas pelos Estados Nacionais, os impérios de comunicação uniram-se aos governos, que se aproveitaram desta nova perspectiva para emanar suas forças capitalistas. “Foi quando os governantes descobriram o potencial da mídia, definitivamente, como ferramenta de controle social e, por consequência, de manutenção de poder ” (JEREMIAS, internet, 05/08/2005).

Acabamos nos tornando padronizados e sem uma identidade real. As influências dos padrões ocidentais estão tão instaladas nas nossas sociedades, que chegam até a confundir os pesquisadores sobre os termos “cultura de massa”, “cultura popular”, “cultura pop” e “indústria cultural”.

2.5 Os Filtros da Manipulação

Em 1988 Noam Chomsky e Edward Herman escreveram o livro *A Manipulação do Público*, que define 5 filtros pelos quais as notícias devem passar antes de serem publicadas (GUARESCHI E BIZ, 2005, PG 156-157):

Segundo os autores, num mundo em que há concentração de riqueza e conflitos de profundos interesses, algumas sociedades, como as autoritárias, empregam a violência para se reproduzirem e se legitimarem; outras, que se auto-proclamam “democráticas”, empregam a propaganda, exercida e articulada pela mídia. Acontece, porém, que é muito difícil perceber a função da propaganda quando a mídia está nas mãos do sistema privado, onde, aparentemente, não nos apercebemos das diferentes estratégias e manobras que substituem a censura aberta.

De acordo com Chomsky e Herman os filtros são descritos da seguinte maneira: 1) Porte, propriedade e a orientação para os lucros da mídia de massa. 2) A licença da propaganda para fazer negócio. 3) Buscando fontes de notícias de mídia de massa. 4) A bateria de reações negativas e os fiscais de cumprimento. 5) Anticomunismo e mecanismos de controle.

A teoria dos filtros, apesar de ter sido escrita há quase dez anos, é usada pela imprensa até hoje, o que deixa claro que essa tendência da manipulação da informação caminha junto com os avanços neoliberais.

A partir destas idéias desenvolvidas por Herman e Chomsky, pode se concluir que cada veículo vai atender às suas linhas editoriais, tendo cada matéria escrita por cada jornalista que passar antes por um editor, que não

permitirá a divulgação de qualquer notícia que vá contra os interesses dos proprietários dos veículos

Assim, a mídia perdeu sua real função, de informar e denunciar abusos, deixando de se caracterizar como um quarto poder. Uniu-se aos poderes constituídos, todos contra o cidadão e a favor da manipulação em prol de seus interesses.

Ignácio Ramonet propõe a criação de um quinto poder, uma alternativa às grandes empresas de mídia. A função principal seria de denunciar os abusos e a tirania cometidos por essas empresas (RAMONET, 2003).

Mas sabe-se que para isso deveria haver uma grande mobilização partindo da sociedade civil, com a ajuda de alguns veículos de comunicação alternativos. Mas estes veículos são taxados pela mídia de massa como ideológicos e populistas, fazendo com que sejam considerados como uma imprensa lado B, alternativa, fora do sistema. Assim, estes veículos acabam perdendo sua credibilidade, não podendo então, elaborar um manifesto contra a manipulação de massas.

3. A POSIÇÃO DA MÍDIA LATINO-AMERICANA

O papel da mídia contemporânea nos remete a reflexões sobre em que tipo de sociedade queremos viver e qual o sentido de democracia que queremos experimentar para legitimar nossos direitos de cidadãos. Noam Chomsky oferece em seu livro *O Controle da Mídia – Os espetaculares feitos da propaganda*, dois conceitos de democracia (1991, pg 09):

Uma delas diz que uma sociedade democrática é aquela em que o público tem meios de participar de maneira significativa na condução de seus próprios interesses e os meios de informação são abertos e livres. (...) Outra concepção de democracia é aquela na qual o público deve ser barrado da administração de seus interesses e os meios de informação devem ser mantidos estreita e rigidamente sob controle.

Assim o principal questionamento dos dias atuais é “como tal noção de democracia se desenvolve e porque e como o problema de mídia e desinformação entra nesse contexto” (CHOMSKY, 1991, pg 10).

Tratamos no capítulo anterior de um assunto que é pouco discutido na sociedade e tampouco nas universidades: a manipulação da informação a partir de interesses dos empresários da comunicação em conjunto com governos e ideologias

Um bom exemplo da fidelidade da mídia aos donos do poder ocorreu no Chile de 1970 a 1973 quando o jornal *El Mercurio* e outros veículos de comunicação chilenos se opuseram a Salvador Allende a ponto de incentivar os militares ao golpe de Estado. Houve uma descarada manipulação da informação, que segundo o jornalista e escritor Emir Sader foi financiada pelos Estados Unidos.

Já na campanha presidencial de Allende, no Chile, se dizia “*El Mercurio miente*”, para destacar a manipulação das notícias pelo principal jornal conservador chileno. Mas foi necessário esperar trinta anos – o tempo de o governo dos EUA desclassificar seus documentos secretos – para comprovar que eram mentiras financiadas em dólares (SADER, internet, 2003).

De acordo com José Arbex Jr em seu artigo *Uma outra comunicação é possível (e necessária)* (2003, pg 385):

O monopólio da comunicação exercido pelas corporações da mídia tem conseqüências políticas, culturais, sociais e econômicas de grande alcance e profundidade. Impede o debate plural e democrático das idéias, torna invisível - quando não demoniza - atores e movimentos sociais, padroniza comportamentos, constrói percepções e consensos segundo critérios e métodos não transparentes e não submetidos ao controle das sociedades.

Sabe-se que a indústria da mídia latino-americana é composta por subgrupos pertencentes a grupos maiores de comunicação internacional. Como exemplos disso temos a Rede Globo no Brasil, a Televisa do México, o Grupo Cisneros da Venezuela, o Clarín na Argentina e alguns periódicos menores nos outros países do continente.

De acordo com Robert W. Mcchesney (2003, pg 226):

O mercado global é completado por um segundo escalão de seis ou sete dezenas de empresas que são potências nacionais ou regionais ou que controlam nichos do mercado, como publicações administrativas ou sobre comércio.

Estas empresas dificilmente contestam o sistema global. Estão entre as sessenta maiores empresas de mídia do mundo e tendem a dominar seus próprios mercados nacionais e regionais. A maioria dos anunciantes destas empresas é de multinacionais:

Além disso, têm vínculos extensos e *joint ventures* com as principais multinacionais da comunicação, além de bancos de investimentos de Wall Street. Por exemplo, na América Latina as empresas de segundo escalão trabalham em conjunto com os gigantes norte-americanos que dividem entre si o bolo da mídia comercial. O que a Televisa ou a Globo podem oferecer à News Corporation, por exemplo, é a ascendência sobre os políticos locais e a impressão de controle sobre suas *joint ventures* (MCCHESENEY, 2003, pg 228).

Já Mário Augusto Jakobskind denuncia que:

A mídia conservadora da Venezuela e do continente latino-americano, representada por órgãos de imprensa tipo *O Globo* ou vinculados ao empresário Gustavo Cisneros, cumpre o papel de manipulação da informação. Neste momento, onde quer que Chávez apareça, esse esquema é acionado, na base de mentiras e/ou meias verdades (JAKOBSKIND, internet, 04/10/2005).

3.1 O Golpe midiático

O golpe ocorrido na Venezuela em 2002, uma tentativa de afastar definitivamente Hugo Chávez da presidência da Nação, é um dos maiores exemplos da atuação da mídia nos rumos de um país. Com ajuda de Gustavo Cisneros, o grande magnata da mídia venezuelana, e de Washington, por intermédio da Embaixada Americana, o golpe afastou o presidente Hugo Chavez do poder por 24 horas. Ele foi retirado do Palácio Miraflores e levado para um paradeiro inicialmente desconhecido, porém a pronta mobilização popular e a lealdade do exército venezuelano reverteram a situação em favor da legalidade.

A população optou em acreditar no que era transmitido pelo canal oficial de televisão, em detrimento dos demais veículos envolvidos no golpe.

Mas a mídia permaneceu na sua campanha de deslegitimação das ações e políticas governamentais, numa clara tentativa de aumentar sua penetração entre a população e de disseminar as idéias liberais, num contraponto às medidas de cunho mais social e das tendências nacionalistas do presidente venezuelano. A partir da premissa de que o presidente Hugo Chávez estaria disposto a quebrar o monopólio da informação, o jornalista Mário Augusto Jakobskind afirma que:

Como se sabe, em várias ocasiões os setores que perderam privilégios tentaram impedir o avanço das reformas necessárias para mudar o quadro produzido pelos anteriores governos. Contaram essas forças durante todo esse tempo com o apoio externo, inclusive muitos dólares desembolsados pelo Departamento de Estado norte-americano (JAKOBSKIND, internet, 04/10/2005).

Situações menos dramáticas, mas nem por isso menos sérias, acontecem com diversos meios de comunicação (com suas lógicas mercantilistas, neoliberais e contra qualquer possibilidade de mudança dessa hegemonia), em diversos países. No Brasil é interessante estudar a relação que os maiores grupos de mídia têm com esse símbolo da esquerda na atualidade:

As emissoras de rádio e tevê e os jornais puderam consertar o erro com mais facilidade. Já as revistas semanais (principalmente *Veja* e *Época*), que dedicaram as reportagens de capa a comemorar a queda do governante tido como populista Hugo Chávez, sofreram a humilhação de praticamente chegar às bancas já envelhecidas. Pior, com uma cobertura mentirosa dos fatos, proporcionada por uma clara identificação entre os valores ideológicos veiculados pelas agências internacionais e os da linha editorial das revistas brasileiras (ALMEIDA e ABREU, 2005, pg 5).

O jornalista Mário Augusto Jakobskind em seu artigo *Manipulação da Informação é rotina* (publicado no site do Observatório da Imprensa) denuncia que:

A grande mídia nacional está cada vez mais conservadora, chegando ao ponto em certas ocasiões de deixar cair a máscara de forma primária. O exemplo mais recente ocorreu na semana que findou. Antes mesmo de o presidente Hugo Chávez Frias desembarcar em Brasília para participar de uma reunião com dirigentes sul-americanos, *O Globo* dava destaque a uma "informação" segundo a qual a Venezuela tem mais pobreza agora do que antes da eleição do atual presidente em 1998, apesar do petróleo. Esta conclusão não resiste à mínima análise, embora a "notícia" tenha supostamente se baseado em dados das Nações Unidas. Trata-se de uma mentira ou no mínimo uma meia verdade, com base na manipulação das estatísticas (JAKOBSKIND, internet, 04/10/2005).

E afirma:

Nesta rotina midiática, que já não consegue enganar tanta gente como antes, Chávez foi novamente criticado, desta vez com base no fato de o presidente venezuelano simplesmente ter cobrado maior discussão dos presidentes sobre as bases da integração sul-americana. Os jornais, movidos a pensamento único, chamaram Chávez de "intransigente" e outros adjetivos do gênero. Quer dizer, quem questiona o neoliberalismo e alerta para o fato de a unidade dos países não poder se dar apenas pelo comércio é intransigente. Para a mídia conservadora, o que vale é o oba-oba manipulativo do pensamento único. Ah, sim, e o mercado (*idem*).

3.2 A imprensa brasileira

Estudiosos da comunicação discutem a situação da mídia latino-americana em termos globais. No artigo *A lógica do discurso jornalístico*, os jornalistas Alda de Almeida e João Batista de Abreu fazem uma análise da imprensa brasileira e concluem que as linhas editoriais dos veículos de comunicação estão de acordo com lógicas de mercado, ou seja, inseridos no contexto capitalista:

Ao se propagar a idéia de que o mundo está cada vez mais interligado e acessível, ignoramos que a linha mestra que norteia este ponto de vista fundamenta-se no consumo, dentro da lógica capitalista que vê a notícia como mercadoria e o leitor como consumidor em potencial (ALMEIDA E ABREU, 2005).

É fato que a maioria dos veículos de comunicação brasileiros utiliza agências de notícias norte-americanas e não apuram os fatos, aceitando-os como verdade absoluta. Deduz-se daí que sua identificação ideológica é com a linha editorial dessas agências norte-americanas (ALMEIDA e ABREU, 2005).

3.3 Análise dos periódicos

A reportagem da Revista Época (Editora Globo) sobre o Governo Chávez, em 15 de janeiro de 2007, páginas 66 a 72, escrita pelo jornalista Ivan Padilla, demonstra a clara tendência seguida pela editora para deslegitimar o presidente. Seguem alguns trechos da publicação:

“Chavez se apresenta ao mundo como o único representante de ‘um socialismo do século XXI’, um termo cunhado por ele” (PADILLA, 2007, pg 66). É sabido que vários pesquisadores contradizem esta posição por aceitarem que esta é uma situação que envolve vários representantes da América Latina. O termo deve servir a todos os outros presidentes latino-americanos.

A revista o coloca como “ditador pós moderno”, uma vez que ele estaria dentro de uma linha tênue entre democracia e totalitarismo – declaração atribuída a Francis Fukuyama (economista estadunidense da universidade de Johns Hopkins).

A revista Caros Amigos publicou em fevereiro de 2007 uma entrevista realizada pelo jornalista Mylton Severiano com sociólogo Nildo Ouriques, que é um dos maiores pensadores brasileiros da política latino-americana. O pesquisador fundou na Universidade Federal de Santa Catarina o Observatório Latino Americano. Ouriques fala sobre o contexto político latino-americano e, em especial, sobre as questões inerentes aos representantes destes países,

que são taxados pelos neoliberais de ditadores, autoritários e populistas. Descrevendo a democracia venezuelana (OURIQUES, Fevereiro de 2007):

É assim desde a Constituinte de 1998. Os que acham que a democracia venezuelana não presta pensem na Constituinte vergonhosa, de 1988, que tivemos no Brasil. A Constituição não foi nem votada em referendo! Então olha o contraste. O processo venezuelano, que vai se reproduzir no Equador e está se reproduzindo na Bolívia, é fundamental para isso. Evo Morales pegou a mesma receita, mas na Bolívia se chama Revolução Democrática e Cultural, porque a maioria da população é indígena, não é a situação da Venezuela, portanto, Evo Morales não segue Hugo Chávez.

A mesma Revista Época cita uma afirmação colocada por Teodoro Petkoff, ministro do ex-presidente neoliberal Rafael Caldera:

O regime de Chávez está a meio caminho entre uma ditadura como as de Cuba, China e antiga União Soviética e uma típica ditadura latino-americana, ao estilo Pinochet (PADILLA,15/01/2007, apud TEODORO PETKOFF).

Mas a Revista esqueceu-se de mencionar que Teodoro Petkoff é o principal opositor ao Governo Chávez e o compara a Hitler, segundo a matéria publicada pelo jornalista Pedro Venceslau no site Portal da Imprensa (19/04/2007):

Atualmente, Petkoff é considerado um oráculo da oposição venezuelana. Seu jornal, o diário vespertino *Tal Cual*, fundado em 2000, é o mais engajado e bem elaborado precursor do anti-chavismo. Nas eleições de 2006, Petkoff chegou a lançar-se candidato a Presidência, mas desistiu no meio do caminho. Em fevereiro desse ano, seu jornal quase teve que fechar as portas depois de ser condenado a pagar uma multa de 50 mil dólares por ter publicado uma série de artigos em forma de cartas dirigidas à filha mais nova de Chavez, Rosinês. A condenação foi transformada em bandeira política e movimento. E Petkoff conseguiu arrecadar mais que o suficiente para manter o jornal funcionando.

Em contrapartida, na Revista Caros Amigos de fevereiro de 2007, em uma grande matéria sobre a situação política-econômica da América Latina, o jornalista Renato Pompeu coloca o assunto de outra maneira:

Finalmente, além de haver governos de esquerda, que são mais ou menos de esquerda conforme a situação do país, tendo num extremo a moderação do Chile e Uruguai, e no outro extremo o radicalismo da Venezuela e da Bolívia, ainda permanece no ar a questão do que é ou não o “socialismo” reivindicado por Chávez e Morales. Afinal, há quem questione se o próprio governo cubano é ou não socialista e isso vale ainda mais para o governo venezuelano. Pois ao mesmo tempo que nacionaliza e estatiza alguns setores da economia, o governo Chávez também negocia a entrada de capitais estrangeiros na Venezuela (como tem feito com o governo de Cuba). Também se aponta que a concentração de poderes nas mãos do presidente tem pouco a ver com a “república dos conselhos” (ou “soviets”).

O jornalista da Revista Época trata a não renovação da concessão da RCTV, Rádio Caracas de Televisión (uma das empresas que trabalhou na frustrada tentativa de golpe contra Chávez no ano de 2002) como uma ameaça à liberdade de imprensa, esquecendo-se de mencionar que a concessão é pública, e já estava vencida, ou seja, estava irregular perante a lei. Afirma que “Chávez parece ávido por controlar a mídia”, uma vez que também não mencionou que a Venezuela possui uma TV pública e as outras são concessões estatais.

Padilla coloca também a compra de veículos de comunicação pelo governo venezuelano como uma atitude manipuladora e autoritária. Ignora que os outros veículos são, na maioria, empresas que pertencem a grupos maiores, que emanam pensamentos utilizados para legitimar a hegemonia dos governos neoliberais, justamente o contrário das idéias de Chávez. E que deve sim haver uma concorrência de ideologias. Já que não há imparcialidade da imprensa, então que cada um assuma seus ideais, e que haja uma livre concorrência de idéias.

Segundo Nildo Ouriques, respondendo a pergunta feita pelo jornalista Mylton Severiano sobre a questão das concessões, que estariam sendo colocadas pela “mídia gorda” como censura (entrevista concedida à Revista Caros Amigos, Fevereiro de 2007):

Não, primeiro ele está lembrando a toda a América Latina que rádio e televisão são concessão pública, coisa que no Brasil nós esquecemos. Segundo, vamos ver o que ele vai fazer com a televisão. Porque se der a concessão para uma cooperativa de jornalistas, por exemplo, ele está democratizando os meios de comunicação. Se der para um conjunto de associações de bairros, sindicatos, sociedade civil, com empresários inclusive, está democratizando. Então que idéia é essa de que a mídia é intocável, que a dívida é intocável?

Sobre um possível “assalto à liberdade de informação”, Ouriques afirma que:

Basta pegarmos as fotos de todos os jornais. São grandes conglomerados internacionais que mandam as fotos para os jornais, então a foto é a mesma. Se pegar a mídia brasileira, os articulistas com assento cativo, eles estão rezando a mesma cartilha há muito tempo, não há pluralismo na mídia brasileira. Os hereges não estão lá. E, os hereges não estando lá, não há pluralismo na mídia brasileira. Estou cansado de ouvir os mesmos articulistas de economia, política.... (OURIQUES, em Caros Amigos, fevereiro de 2007).

A Revista Época divide a esquerda brasileira entre os que concordam e os que não concordam com a política de Chávez. Diz que Lula teria criticado as medidas de Chávez e que ele atua com autoritarismo, e que dessa maneira perderá o apoio da esquerda moderada. Mas sabe-se que o Presidente Lula é amigo de Hugo Chávez, e que essas declarações não foram noticiadas por outros veículos de comunicação. Assim, não se pode ter certeza da veracidade dos fatos. A Revista também publica a declaração de um ministro de Lula, que supostamente pediu para não ser identificado, de que Chávez é um revolucionário e Lula um reformista. Mais uma vez sem uma comprovação de que houve realmente esta declaração e quem o fez. Como afirma Mário Augusto Jakobiskind (Observatório da Imprensa,2005):

O *Globo* chegou a publicar editoriais afirmando, com base em premissas falsas, que "Chávez fracassa", e fazer críticas a Lula porque o presidente brasileiro afirmou que a Venezuela tem muita democracia. Em seguida aos editoriais, colunistas amestrados serão acionados para reforçar o antichavismo primário, para satisfação do Departamento de Estado norte-americano.

Ivan Padilla afirma também que Chávez influencia a opinião dos países mais pobres da América Latina doando petróleo e dinheiro, para que em troca esses países confirmem sua atuação. E critica o governo venezuelano por distribuir a riqueza obtida através do petróleo para os programas sociais. Indica ser uma atitude populista e manipuladora. Diz que Chávez se “beneficia dos cofres recheados para distribuir dinheiro diretamente à população carente” (PADILLA, 2007).

E o jornalista oferece fatos inverossímeis: “Ainda que as políticas de Chávez não tenham trazido melhora de vida consistente para os pobres, seu discurso é voltado para eles, e ele oferece uma impressão de inclusão”.

Mas a *Época* não está sozinha neste desafio de deslegimitar o presidente Hugo Chávez Frías. O Grupo Abril também tem interesses escusos de acabar com a imagem dele.

De acordo com o jornalista Altamiro Borges em seu artigo *Racistas controlam a revista Veja* para o site Adital (BORGES, internet, 11/09/2006):

A Editora Abril também têm vínculos com a Cisneros Group, holding controlada por Gustavo Cisneros, um dos principais mentores do frustrado golpe midiático contra o presidente Hugo Chávez, em abril de 2002. O inimigo declarado do líder venezuelano é proprietário de um império que congrega 75 empresas no setor da mídia, espalhadas pela América do Sul, EUA, Canadá, Espanha e Portugal. Segundo Gustavo Barreto, pesquisador da UFRJ, as primeiras parcerias da Abril com Cisneros datam de 1995 em torno das transmissões via satélites. O grupo também é sócio da DirecTV, que já teve presença acionária da Abril. Desde 2000, os dois grupos se tornaram sócios na empresa resultante da fusão entre AOL e Time Warner.

A Revista *Veja* demoniza o presidente Hugo Chávez Frías a ponto de chamá-lo de bandido, corrupto, ditador, burro, populista, fanfarrão, terrorista e mentiroso. Um trecho extraído da Revista (edição nº 1903 de 4 de maio de 2005) pelo jornalista Gilberto da Silva e utilizado em seu artigo *Os Filtros da Submissão* mostra um exemplo dessa hostilidade:

Chávez tentou dois golpes de estado, antes de ser eleito em pleito normal. Uma vez eleito, passou a usar métodos copiados da primeira etapa do hitlerismo para acumular poder", emenda em seguida com uma comparação, sem mais argumentação histórica de que "o "bolivarismo" de Chávez é um movimento antidemocrático, autoritário, com tendência totalitária" e arremata, finalizando o artigo " Está na hora de os países do hemisfério se unirem para conter esse caudilho megalômano que se pretende a reencarnação de Simon Bolívar”.

Em matéria publicada na Revista *Veja* em 3 de maio de 2006, o jornalista José Eduardo Barella denuncia índices de crescimento da violência nas ruas de Caracas sem mostrar as fontes.

Afirma que segundo as estatísticas, nos últimos 7 anos o indicador social que mais cresce é o da violência. E que o desemprego e outras mazelas sociais só crescem no seu governo. Mas não há dados que confirmem estas

acusações, e a Revista tampouco informou o instituto de pesquisa da qual supostamente teria retirado essas estatísticas. Encontra-se aí mais uma verdade tendenciosa do grupo Civita.

Já na reportagem publicada na Revista Veja em 4 de outubro de 2006, o jornalista Diogo Schelp trata dos preços dos barris de petróleo, que tiveram uma queda naquele mês.

Aqui se percebe a manipulação da informação a partir da retórica inverossímil da Revista:

O presidente Hugo Chávez chegou ao poder, oito anos atrás, embalado pela insatisfação popular provocada por duas décadas de crise econômica e política. A instabilidade tivera origem na queda do preço do petróleo, que tirou do governo o principal recurso para comprar a calma social com subsídios (SCHELP, 4/10/2006).

Sabe-se que Chávez não compra calma social, uma vez que não é a linha do presidente. Ao contrário, Hugo Chávez tem um histórico de contestação junto ao seu povo, e sempre enfatizou que todos devem ser politizados e lutar por seus direitos.

Mas a matéria segue com sua tendência mercantilista, afirma que o Estado “privou o país da oportunidade de criar mecanismos de mercado e instituições para diversificar a economia”. A partir da lógica capitalista, esta é uma idéia até óbvia, mas não é essa a política empregada por Hugo Chávez. A estatização do petróleo justifica-se pela necessidade de dividir sua receita entre a população mais carente, investindo em educação, saúde e geração de empregos.

Na continuação da matéria da Veja afirma-se que “Apesar das suas promessas de revolução, Chávez deu seqüência ao histórico de desperdício colossal da receita petrolífera, sem investir em infra-estrutura ou na criação de empregos”. No entanto o PIB da Venezuela vem crescendo sistematicamente nos últimos anos e o país é o único do continente sul americano a erradicar o analfabetismo, com a ajuda de Cuba (SADER, 2007).

Diogo Schelp ainda critica os projetos sociais de Chávez, colocando-o como contraditório, mas ignorando que os projetos sociais adotados pelo Governo e citados pela Revista são apenas alguns dos vários adotados pelo Governo venezuelano. Ele afirma que:

Com o dinheiro da estatal, Chávez sustenta as misiones, projetos assistencialistas que vão desde cooperativas de trabalhadores sem-terra, até super-mercados com alimentos a preços subsidiados. Esses programas paliativos têm o efeito inverso ao anunciado na propaganda chavista: eles perpetuam a pobreza na Venezuela porque não criam condições para a população andar com as próprias pernas.

Na perspectiva da Revista Carta Capital, conforme matéria publicada em 7 de março de 2007 de autoria do jornalista Antônio Luiz M.C. Costa:

Tanto Venezuela quanto Argentina vêm de crises político-econômicas profundas, nas quais o modelo receitado pelo Consenso de Washington desmoronou e abriu caminho à experiências tão atrevidas quanto improvisadas, graças às quais o crescimento econômico tem se mantido perto dos 10% anuais, as massas recuperaram o poder de compra e o Estado sua capacidade de promover políticas sociais e industriais, mas a inflação também se mantém em patamares incômodos e ameaça continuamente corroer esses avanços.

Percebe-se aí uma maior fidelidade com os fatos, uma vez que a Revista não se absteve em colocar também os riscos que envolvem as políticas de Chávez.

Em outra matéria publicada na Revista Carta Capital de 6 de dezembro de 2006, o jornalista Antônio Luiz M. C. Costa questiona o possível populismo:

O aspecto mais negativo do populismo latino-americano, o personalismo, está longe de ser superado. Não é nesse sentido que o populismo incomoda os analistas neoliberais, mas é igualmente claro que o aspecto do qual não gostam – a prioridade aos interesses e valores da maioria sobre os dos mercados globais – também continua firme e forte.

A Revista Veja (04/10/2006) coloca também analisa a reação do empresariado em relação às políticas de Chávez:

Apesar da liquidez elevada, os empresários sejam venezuelanos, sejam estrangeiros, não estão investindo em seus negócios para aumentar a produção industrial e o comércio. A razão para isso é que poucos querem arriscar seu dinheiro em um país onde o presidente passa suas cinco horas de programa dominical na TV mandando às favas o capitalismo e a economia de mercado.

Mas o mesmo tema foi tratado na Revista Carta Capital pelo jornalista Antônio Luiz M. C. da Costa (07/03/2007) numa outra perspectiva:

A Venezuela oferece um cenário análogo, ainda que mais exacerbado. A demanda tem sido promovida pelos reajustes salariais e por grandiosos programas sociais, enquanto os empresários privados relutam em investir com receio do “comunismo”, quando não sabotam conscientemente a política econômica ou fecham as portas.

Aparentemente a grande imprensa no Brasil possui sérios motivos para desqualificar e mesmo hostilizar a figura do Presidente. A questão é que por interesses de grandes grupos privados ocultam-se informações e desvirtuam-se iniciativas que têm a finalidade de melhorar a vida de milhões de cidadãos venezuelanos historicamente excluídos dos benefícios econômicos gerados a partir do comércio da sua maior riqueza, o petróleo.

Apesar de aparentar preocupação com a democracia e a liberdade, o que se busca é deslegitimar as reformas encaminhadas por um governo alternativo às políticas neoliberais. E no caso da Revista Veja, o perfil conservador de seus editores ultrapassa a barreira entre interesses políticos e preocupação com a fidelidade à informação.

3.4 A resposta do Governo Venezuelano

O embaixador da Venezuela no Brasil escreveu uma carta endereçada ao editor chefe da Revista Veja em protesto a algumas matérias por ela publicadas ao longo destes anos.

Segue abaixo a carta na íntegra, publicada no site www.pirtiniga.org.br:

Brasília, 06 de fevereiro de 2006

**EMBAJADA DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
EN LA REPÚBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL**

Brasília, 06 de fevereiro de 2006.

Sr. Roberto Civita

Editor

Revista VEJA

Senhor Civita, permita-me iniciar esta carta com o reconhecimento à

tenacidade com que seus colunistas se dedicam à tarefa de impor a verdade da mídia. Nisto, tenho certeza, seriam a inveja do mesmo Joseph Goebbels. Não obstante, permita-me também lhe aconselhar que diminua o esforço para o bem da saúde mental de seus escreventes, uma vez que o mundo que lê VEJA está convencido de sua ária pureza jornalística, de que vocês, dentro do mais tradicional esquema de jornalismo conservador –tanto na técnica como no conteúdo- se sentem donos da verdade. Já sabemos, senhor Civita, que dentro de VEJA transita o dogma e a fortaleza própria do invulnerável, que qualquer coisa que esteja fora de sua linha ou do seu âmbito ideológico é errada, que vocês estão convencidos - e são capazes de morrer por isso - de que nada diferente do que escrevem pode existir fora de suas linhas.

É óbvio, senhor Civita, que VEJA é mais que uma simples revista. VEJA é um templo sem sacerdotes, ali só há deuses, pois somente os deuses geram verdades inquestionáveis. Esta condição divina é notória, por exemplo, nas fotografias que acompanham as colunas. Veja o senhor, repare bem, na postura esnobe de Tales Alvarenga, ou no olhar onipotente de Diogo Mainardi. ¡Coitado de quem entrar no âmbito de sua ira! ¡Será condenado para sempre ao inferno!

¿Ou não é verdade que somente eles conhecem aquilo que adoce o mundo e são capazes de condená-lo?

É, senhor Civita, também sabemos. Sabemos que a VEJA condena sem julgar, porque a verdade da mídia não requer trâmites desta índole, nem está aí para isso, ¿não é? Digo, para julgar, porque o jornalismo –segundo ensina a filosofia da comunicação e todos os códigos da ética- não está projetado para ser juiz, senão para se dedicar à tarefa de mostrar os diversos ângulos da realidade que é apresentada ao mundo e deixar que sejam outros os que julguem.

Mesmo assim, devo confessar-lhe que também não acredito muito nisto e que estou mais próximo de admirar um jornalismo menos frio y objetivo, a um jornalismo que não transforme os fatos humanos em simples coisas de tipografia, tinta e papel. Devo confessar-lhe que, igualmente a no meu país, prefiro um jornalismo mais combativo, distante dessa ficção que denominam "objetividade jornalística" e próximo àquela pro atividade ética que já indicava

John Dos Passos na sua novela Paralelo 42 –que acredito que o senhor tenha lido alguma vez-: "o anelo de todo jornalista era desentranhar o significado exato de toda mudança operada na realidade".

Vê, senhor Civita, Dos Passos escreve "o significado exato", nós nos perguntamos de imediato ¿de que se trata isso? E ficaríamos órfãos de entendimento a respeito se não tivéssemos a capacidade de relacioná-lo com essa maravilhosa palavra que é "desentranhar", que significa, dentre outras coisas, averiguar, penetrar o mais difícil e escondido de uma matéria.

Cobra uma melhor e mais digna dimensão profissional e ética com isto a tarefa jornalística, ¿não é assim, senhor Civita? Veja, o jornalista é uma pessoa que se submerge na realidade dos fatos, esquadrinha as suas entranhas, examina os detalhes, se desliza com sigilo entre as aristas, observa atento seus diversos ângulos e os traz todos até a superfície, para dar a oportunidade de que qualquer um que passe perto de suas bordas possa senti-las e armá-las como uma realidade mais ou menos objetiva, mas principalmente humana.

E eis aqui um dos significados da palavra "desentranhar" de que mais gosto, aquele que a apresenta como um ato voluntário de desapropriação. Nada mais humano do que desapropriar-se de tudo que se tem e se conhece para entregar ao outro com a vontade ética, social e humana que possa ajudá-lo a compreender.

Lástima, senhor Civita, mas não vejo isto no olhar dos seus colunistas, pelo menos nesse que mostram as fotografias que acompanham suas colunas.

O que é bem certo é que VEJA também não crê nem pratica o contra-sentido da objetividade jornalística. O terrível é que também não responde a isto com sentido ético, porque para VEJA o mundo adocece de um mal universal: tudo o que é sensivelmente humano fede.

É por isso que entendemos esse afã por listar nomes que, repito, desde sua ária pureza jornalística, são indesejáveis, imprescindíveis, tolos, tiranos e vagabundos que devem ser exterminados para o bem do mundo que VEJA representa, um mundo uníssono, que avança na direção de um cenário globalizado de conseqüências únicas, perfeitas e sem objeção, onde uma nova

religião começa a concretizar-se com rezas e acordos de compra e venda. É por isso que para vocês nosso presidente Hugo Chávez leva uma lista longa de qualificativos indesejáveis, como tirano, ditador, assassino, populista, palhaço, louco, etc, e Bush, George W. Bush, o mesmo da guerra no Iraque, é apenas um homem preocupado pela harmonia e a paz do mundo.

Pois bem, senhor Civita, nesta nova carta que agora lhe envio –e que sei que não será publicada na VEJA-, além de expressar-lhe os sentimentos acima descritos quero também aproveitar para fechar com duas coisas importantes.

A primeira é a formulação de uma queixa oficial contra sua empregada Daniela Pinheiro, quem entre a grande quantidade de mentiras que escreve no seu artigo "Com dinheiro do povo", edição N° 1941 de 01 de fevereiro de 2006, assegura que "o embaixador da Venezuela admitiu na semana passada que é possível que Chávez assista ao desfile da Marquês de Sapucaí", quando na realidade o que foi dito foi que era pouco provável que o presidente assistisse – mas é claro, tudo vale quando se trata de jornalistas que não se apegam à objetividade, mas sim à interpretação jornalística pouco desapropriada de interesses... serão econômicos ou ideológicos? -¿pode o senhor sanar esta dúvida, senhor Civita?

A segunda é uma simples recomendação, e a inicio com uma pergunta: ¿ouviu o senhor alguma vez Alfredo Bryce Echenique quando se refere à posição humana do homem diante da vida e da realidade? Repare, ele disse a respeito, que "na vida, a única objetividade possível é a subjetividade bem intencionada". Nós cremos o mesmo do jornalismo, cremos que este é o sentido exato que deve praticar-se nesta profissão frente a esse contra-sentido da objetividade a secas. ¿Por quê? Simples. Porque o jornalismo não é um templo de deuses, mas uma praça de vizinhança.

Julio García Montoya

Embaixador

O Embaixador foi taxativo no seu discurso em relação ao descontentamento com a posição da Revista Veja e a editora Abril. Mostra claramente que o tratamento dado ao presidente Hugo Chávez pela Revista é

no mínimo desrespeitoso, e usa tons de ironia para demonstrar a maneira como uma postura caluniosa como a da Veja deve ser tratada.

Além do Embaixador, outras figuras públicas já se colocaram contra a Revista, sentindo-se caluniados ou até ofendidos por matérias preconceituosas vindas da parte de seus repórteres e editores como o “jornalista” Diogo Mainardi. Mainardi sofreu processo por parte do Ministério Público Federal em Sergipe por uma matéria que demonstrava racismo contra os nordestinos. Ver anexo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A publicidade vende a felicidade em objetos de consumo, sejam eles tangíveis, como carros, aparatos tecnológicos e roupas de marca, como intangíveis, como ideologias, sonhos, gostos musicais e preferências políticas.

Os meios de comunicação, junto com a publicidade, legitimam estes valores capitalistas, numa clara demonstração de que se o cidadão tem poder de consumo, então ele está no direito de impor suas opiniões, e assim, as elites terem o poder de decidir qual seria a melhor opção para o desenvolvimento de um país.

Pode-se dizer que os grandes conglomerados de mídia de fato manipulam as informações de acordo com suas linhas editoriais, que por sua vez atendem às demandas de mercado.

A relação da grande mídia com o poder é um fato inexorável, uma vez que percebe-se claramente as opiniões sobre este ou aquele governo.

Impõem a padronização de comportamentos, e uma cultura massificada a partir de lógicas de consumo. É uma inversão de valores: o “ser” pelo “ter”, o sujeito pelo indivíduo.

Ficou claro, através deste estudo, que a globalização usa os meios de comunicação para legitimá-la, e que quem está fora desta linha capitalista, seja representantes de governo, seja veículos alternativos à grande mídia, é hostilizado pelos governos hegemônicos e pela mídia neoliberal.

As ofertas de pensamento acabam sendo uma imposição, uma vez que o poder da mídia cria e legitima valores de consumo.

A educação crítica, quase inexistente em países como o Brasil, seria uma boa solução para a ruptura deste poder hegemônico e ditatorial.

Como afirma José Saramago, que democracia é esta em que vivemos, s que quem impõe as regras dos países são as instituições financeiras, o FMI, OMC, e os bancos?

Esta suposta democracia exigida dos donos do poder neoliberal, é na verdade uma ditadura, pois os países de terceiro mundo são legislados por poderes das grandes instituições financeiras, que definem como deve ser o andamento do desenvolvimento destes países. E a mídia é usada como um instrumento de manipulação para a legitimação destes poderes.

E Charles Bukowski escreveu a seguinte frase: “A diferença entre uma democracia e uma ditadura consiste em que numa democracia se pode votar antes de receber as ordens.”

A partir deste estudo, confirmamos que a figura do presidente Hugo Chavez, é de fato, hostilizada pela grande mídia mundial.

No Brasil, a resistência dos meios de comunicação, chega a ser mentirosa e caluniosa. Basta perceber a maneira como as notícias são colocadas para ver a tendenciosidade dos veículos de comunicação

Percebe-se bem como as notícias são manipuladas, analisando o material pesquisado e nos trechos publicados por estas revistas brasileiras. A imparcialidade está longe de ser uma característica do jornalismo brasileiro.

É certo que Hugo Chávez e todos os outros representantes de esquerda também tem seus erros e limitações. Mas isto não justifica este bombardeio negativo por parte da mídia, uma vez que se entende que a democracia permite uma livre transmissão de idéias. O slogan de Lula da Silva em sua campanha para a reeleição é um ótimo exemplo que deveria ser seguido: “Deixa o homem trabalhar”

Mesmo porque ainda uma nova forma de atuação política, seja considerada dentro da ideologia de esquerda, está emergindo, e os intelectuais e a mídia não sabem ainda definir este momento dos Governos citados neste trabalho.

REFERÊNCIAS

ARBEX, José Jr.. Uma Outra comunicação é possível (e necessária). In: MORAES, Denis de (Org.). Por *Uma Outra Comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro:2003

CHOMSKY, Noam. *Controle da mídia*. Os efeitos espetaculares da propaganda. Ed. Graphia, Rio de Janeiro: 2003

COMSKY, Noam. HERMAN, Eduard S. *A Manipulação do Público*. Política e poder econômico no uso da mídia. Ed. Futura, São Paulo: 1988.

GUARESCHI, Pedrinho. BIZ, Osvaldo. *Mídia, Educação e Cidadania: Tudo o que você deve saber sobre a mídia*. Ed. Vozes, Petrópolis, 2005.

MCCHESENEY, Robert W.. Mídia Global, Neoliberalismo e Imperialismo. In: MORAES, Denis de (Org.). Por *Uma Outra Comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Ed. Record, Rio de Janeiro: 2003.

MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da Globalização. In: MORAES, Denis de (Org.). Por *Uma Outra Comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: 2003.

RAMONET, Ignácio. O Poder Midiático. In: MORAES, Denis de (Org.). Por *Uma Outra Comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: 2003.

SADER, Emir. GENTILI, Pablo. *Pós-neoliberalismo – as políticas sociais e o Estado Democrático*. Ed. Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1995.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Do pensamento único à consciência universal. Ed. Record, Rio de Janeiro, 2002.

ALMEIDA, Alda de. ABREU João Batista de. *A lógica do Discurso Jornalístico*. Revista Em Questão, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 455-470, jul./dez. 2005. Disponível em < http://www6.ufrgs.br/emquestao/pdf_2005_v11_n2/11_alogica.pdf >. Acesso em: 15, abr, 2007.

MORAES, Denis. *Estratégias de mídia no cenário global*. Matéria publicada para a revista Contracampo, <http://www.uff.br/mestcii/denis4.htm> . Acessado em 21/04/2007

NAÍM, Moisés. *A ascensão e queda do Consenso de Washington*. Revista Brasileira do Comércio Exterior. Foreign Policy, 2000.

RAMONET, Ignácio. *O Quinto Poder*. [Publicado na edição brasileira do *Le Monde Diplomatique* nº 45, outubro de 2003, <www.diplo.com.br>; tradução: Jô Amado; intertítulos da redação do OI (Observatório da Imprensa)]. Acessado em 14 de Abril de 2007.

SADER, Emir. *A América Latina entre o Velho e o Novo*. Artigo publicado para o site Mundo Real <http://www.radiomundoreal.fm/rmr/rmr/?q=pt/node/5228>, acesso em 14/03/2007.

SILVA, Gilberto da. *Os Filtros da Submissão*. 2005. Trabalho de conclusão de curso apresentado para a disciplina Planejamento e Gestão da Comunicação na Esfera Pública, ministrada pelo Prof. Dr. Marcelo Coutinho, para o Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero. Disponível em <<http://www.partes.com.br/colunistas/gilbertosilva/osfiltros.asp>>. Acessado em 10, mar, 2007

STAKE, Robert. *Pesquisa qualitativa/naturalista: problemas epistemológicos*. Educação e seleção: revista da Fundação Carlos Chagas, São Paulo, nº 7, junho 1983.

DITADOR PÓS MODERNO? *Revista Época*. Rio de Janeiro, nº 452, pgs 66-72, 15 de Janeiro de 2007,

ESQUERDA, GOVERNO E PODER NA AMÉRICA DO SUL. *Caros Amigos*. São Paulo, nº 119, pgs 30-37, Fevereiro de 2007

VIDAS PARALELAS. América Latina- Kirchner e Chávez têm em comum alguns problemas e soluções. *Carta Capital*. São Paulo, nº 434, pgs 30-32, 7 de março de 2007

O POVO SEGUE NA MODA. Para o bem ou para o mal, os movimentos que os neoliberais chamam de populistas continuam vivos e fortes. *Carta Capital*. São Paulo, nº 442, pgs 34-36, 6 de dezembro de 2006

E AGORA CORONEL? Queda no preço do petróleo ameaça deixar Chávez sem dinheiro para manter sua revolução populista. *Veja*. São Paulo, nº 1976, pgs 92-94, 4 de outubro de 2006

NA MÃO DO BANDIDO. No governo de Chávez, Caracas se tornou a cidade mais violenta da América do Sul. *Veja*. São Paulo, nº 1954, pg 98, 3 de maio de 2006

OURIQUES, Nildo. Esquerda, Governo e Poder na América do Sul. *Caros Amigos*, São Paulo, nº 119, pgs 32-37, fev, 2007. Entrevista.

COMSKY, Noam. *Perspectivas históricas do desenvolvimento da América Latina*. Palestra em Boston Meeting of Mass Global Action. (<http://japanfocus.org/products/details/2298>), em 15 de dezembro de 2006. Divulgado em <<http://www.chomsky.info/talks/20061215>>. Acesso em 15, mar, 2007.

SADER, Emir. *Aula inaugural do Centro de Estudos Comparados da América Latina*. UNB, 21 de março de 2007.

SADER, emir, *Como se compra uma imprensa livre*. *Caros Amigos*. 2003. http://carosamigos.terra.com.br/da_revista/edicoes/ed80/emir_sader.asp
Acessado em 09/05/2007

ADITAL. *Racistas Controlam a revista Veja*. Altamiro Borges. 11/09/2006. Disponível em <<http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?cod=24338&lang=PT>>
Acesso em: 22, abr, 2007

LEMONDE. *Os Laboratórios da Mentira*. Maurice Lemoine 2002. [Artigo publicado no site do Jornal Le Monde Diplomatique brasileiro.] Disponível em <<http://diplo.uol.com.br/2002-08,a401>>. Acesso: em 21, mar, 2007.

NÚCLEO PIRATININGA DE COMUNICAÇÃO. Carta do Embaixador da Venezuela à revista *Veja* em 06/02/2006. <http://www.piratininga.org.br/2006/82-venezuela.html>
acesso em 11/04/2007

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. *Manipulação da Informação é rotina*, Mário Augusto Jakobiskind. ISSN 1519-7670 - ANO 12 - Nº 349 - 4/10/2005. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=349JDB004>>
Acesso em: 22, abr, 2007

PORTAL DA IMPRENSA. *Diário de Caracas: Oráculo da oposição, Teodoro Petkoff compara Chávez a Hitler e diz que esquerda latino-americana é simplista*. Matéria publicada por Pedro Venceslau em 19/04/2007. http://portalimprensa.uol.com.br/new_ultimasnoticias_data_view.asp?code=5075
acessado em 11/05/2007

SULRÁDIO. *O Poder da Mídia Televisiva*. Carlos Eduardo Martins Jeremias
05/08/2005. <www.sulradio.com.br/destaques/destaque_9146.asp> . Acesso
em: 22, mar, 2007.

http://pt.wikipedia.org/wiki/Hugo_Ch%C3%A1vez , acesso em 14/03/2007

ANEXO

Vigo, 21 de marzo de 2007

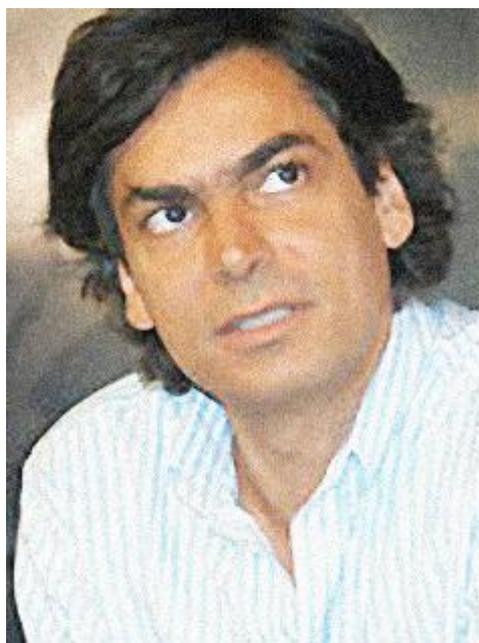
Brasil: Ação civil contra o pitbull da Veja

Altamiro Borges

[Actualidade GalizaCIG](#)

O Ministério Público Federal em Sergipe ingressou na semana passada com uma ação civil pública contra o jornalista Diogo Mainardi, colunista da revista Veja e comentarista do programa Manhattan Connection, da TV Globo. O procurador da República Paulo Gustavo Guedes Fontes, autor da ação, acusa o pitbull da direita na mídia de difundir opiniões racistas e discriminatórias, em especial contra os nordestinos. Requer que o acusado seja condenado a pagar R\$ 200 mil por “danos morais” –mesmo valor fixado às empresas em que destila o seu veneno, Abril e Globo. Os valores seriam revertidos ao Fundo de Defesa dos Direitos Difusos, que investe em programas de defesa dos consumidores e do meio ambiente, entre outros.

Entre outras manifestações preconceituosas de Diogo Mainardi, o procurador cita o artigo na revista Veja de 19 de janeiro de 2005, em que discrimina o então presidente da Petrobras, José Eduardo Dutra. “Dutra fez carreira como sindicalista da CUT e senador do PT pelo estado de Sergipe. Não sei o que é pior”. Ele menciona também seu comentário no Manhattan Connection de 9 de março de 2005, no qual afirma que o presidente Lula “é um oportunista; numa semana concede a exploração de madeira, na semana seguinte ele cria uma reserva florestal em Alagoas, Sergipe, sei lá eu... por essas bandas de onde eles vêm”.



A abertura da ação civil pública contra o “jornalista” Diogo Mainardi (na foto) ocorre tardiamente. Há muito que este ícone da direita se esconde por detrás da “liberdade de imprensa” para difundir suas posições racistas e fascistóides, sempre amparado por dois dos mais importantes impérios da mídia brasileira.

“Menosprezo os nordestinos”

Para o procurador, os comentários de Diogo Mainardi são carregados de preconceitos. “É um sentimento incompatível com os princípios constitucionais e o espírito da federação... A liberdade de expressão é um princípio basilar da democracia e do Estado de Direito, mas a ordem jurídica lhe impõe limites no sentido de impedir que venha a atentar contra outros direitos igualmente caros à Constituição”. Na sua avaliação, o jornalista ultrapassa todos os limites da liberdade de expressão e fomenta o pior tipo de discriminação. Ele anexou ao processo o laudo do antropólogo Jorge Bruno Sales, da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão: “Fica patente a intenção de Diogo

Mainardi de menosprezar pessoas oriundas do Nordeste”.

Ao tomar conhecimento da abertura do processo, o “valente” comentarista da Veja e da Globo logo tentou encontrar subterfúgios, mas sem perder a sua arrogância “Eu admito que chamei Lula de oportunista. Eu admito que, privadamente, costumo referir-me a ele com termos mais impróprios. Admito até mesmo um imperdoável desconhecimento em matéria de geografia nordestina. O que nunca admitirei é preconceito”. Ao mesmo tempo, ele tenta desqualificar a denúncia do Ministério Público Federal de Sergipe, acusando-o de receber verbas federais. Para ele, um elitista e direitista confesso, o governo Lula só pode financiar os anúncios publicitários de seus padrões da Editora Abril e da TV Globo.

Ícone da direita fascista

A abertura da ação civil pública contra o “jornalista” Diogo Mainardi ocorre tardiamente. Há muito que este ícone da direita se esconde por detrás da “liberdade de imprensa” para difundir suas posições racistas e fascistóides, sempre amparado por dois dos mais importantes impérios da mídia brasileira. Reproduzo abaixo artigo escrito em novembro de 2006, que descreve um pouco da trajetória desta figura sinistra:

O presidente interino do PT e ex-coordenador da campanha presidencial de Lula, Marco Aurélio Garcia, deu a resposta que estava entalada na garganta de muitos brasileiros. Na semana passada, o “colunista” Diogo Mainardi, o pitbull da revista Veja, solicitou por e-mail uma entrevista exclusiva com o dirigente petista. “Eu gostaria de entrevistá-lo por cerca de quatro minutos para um podcast da Veja. O assunto é a imprensa. Eu me comprometo a não cortar a entrevista. Ela será apresentada integralmente”, apelou.

A resposta de Marco Aurélio foi direta: “Sr. Diogo Mainardi, há alguns anos - da data não me lembro - o senhor dedicou-me uma coluna com fortes críticas. Minha resposta não foi publicada pela Veja, mas sim, a sua resposta à minha resposta, que, aliás, foi republicada em um de seus livros. Desde então decidi não falar com a sua revista. Seu sintomático compromisso em não cortar minhas declarações não é confiável. Meu infinito apreço pela liberdade de imprensa não vai ao ponto de conceder-lhe uma entrevista”.

Reacionário e preconceituoso

Há tempos que as estripulias deste badalado jornalista da mídia hegemônica mereciam este tipo de reação. Expressão do que há de mais reacionário e preconceituoso na imprensa brasileira, este direitista convicto colecionou inúmeros adversários desde que deixou de escrever banalidades sobre cultura e passou a tratar de temas políticos na sua coluna semanal da revista Veja, a partir de 1999. Os seus cinco livros - um deles sugestivamente batizado de “Contra o Brasil” - e dois filmes nunca tiveram maior repercussão, mas seus comentários rancorosos na mídia excitaram a direita nativa. Mais recentemente, também substituiu outro renomado elitista, Arnaldo Jabor, no programa Manhattan Connection, da Rede Globo.

Provocador contumaz, ocupou estes espaços midiáticos regamente pagos para satanizar o governo Lula - “sou um conspirador da elite, quero derrubar Lula, só não quero ter muito trabalho” (Veja, 13/08/05) - e tudo o que possuía alguma conotação progressista. Não poupa o MST, o sindicalismo, os intelectuais e as lideranças de esquerda no país e no mundo. Apóia o genocídio dos EUA no Iraque e odeia Fidel Castro, Evo Morales e Hugo Chávez. Prepotente e egocêntrico, ele chegou se gabar de “quase ter derrubado o presidente Lula” e ficou furioso com os milhões de votos dados para a sua reeleição.

“Difamador travestido de jornalista”

No meio jornalístico, Mainardi é visto como um aventureiro, um troglodita, em busca de fama e dinheiro. Também é chamado de fascista por ter criado o seu "tribunal macartista mainardiano", no qual promove uma cruzada leviana contra vários profissionais da imprensa. "Minha maior diversão é tentar adivinhar a que corrente do lulismo pertence cada jornalista", explicou ao anunciar a estréia do seu "tribunal" na Veja em dezembro de 2005. "Tereza Cruvinel é lulista. Dessas que fazem campanha na rua. Paulo Henrique Amorim pertence a uma outra raça de lulistas. É da raça dos lulistas aloprados, dos lulistas bolivarianos. Acha que a primeira tarefa do lulismo é quebrar a Globo e a Veja", afirmou recentemente em sua coluna.

Esta atitude fascistoide já resultou em vários processos na Justiça de jornalistas como Mino Carta e Paulo Henrique Amorim. Mas também lhe rendeu dividendos entre os barões da mídia e a direita. No caso mais famoso e execrável, Mainardi precipitou a demissão do jornalista Franklin Martins da Rede Globo. Na guerra pública travada entre os dois, iniciada após a inclusão do segundo na lista "macartista" da Veja, a poderosa emissora preferiu ficar com o estrume da direita - uma opção de classe. Mas Franklin Martins não levou desaforo para casa. Desafiou publicamente "o difamador travestido de jornalista" a comprovar a "estapafúrdia história de que eu teria uma cota pessoal de nomeações no serviço público", publicada na revista Veja de abril de 2006. Vale a pena reproduzir alguns trechos deste documento:

“Não tem compromisso com a verdade”

"Se qualquer um dos 81 senadores ou senadoras vier a público e afirmar que o procurei pedindo apoio me sentirei sem condições de seguir em meu trabalho como comentarista político. Pendurarei as chuteiras e irei fazer outra coisa na vida. Em contrapartida, se nenhum senador ou senadora confirmar a invencionice do Sr. Mainardi, ele deverá admitir publicamente que foi leviano e, a partir daí, poupar os leitores da Veja da coluna que assina na revista. O Sr. Mainardi topa o desafio? Se não topa, o Sr. Mainardi estará apenas confessando que não tem compromisso com a verdade e deixando claro que não passa de um difamador".

"Nos últimos meses, semana sim, semana não, pelo menos duas dúzias [de jornalistas] foram vítimas de investidas absolutamente desrespeitosas, carregadas de insinuações capciosas contra as suas atividades e carreiras. Mas como ninguém deu pelota para os arreganhos do rapaz - nem os jornalistas, que simplesmente não o levam a sério, nem os leitores da Veja, que já se cansaram de ver um anão de jardim querendo passar-se por um gigante da crônica política -, o Sr. Mainardi decidiu aumentar o calibre de seus ataques. E partiu para a difamação pura e simples".

"Vivemos numa democracia, felizmente. Todos têm direito a defender suas idéias, mesmo as doidivas, e a tornar públicas as suas posições, mesmo as equivocadas. Em compensação, todos estão obrigados a aceitar que elas sejam criticadas livremente. O Sr. Mainardi, por exemplo, tem a prerrogativa de dizer as bobagens que lhe dão na telha, mas não pode ficar chateado se aparecer alguém em seguida dizendo que ele não passa de um bobo. Pode pedir a deposição do presidente Lula, mas não pode ficar amuado se alguém, por isso, chamá-lo de golpista. Pode dizer que o povo brasileiro é moralmente frouxo, mas não pode se magoar depois se alguém classificá-lo apenas como um tolo enfatuado. Ou seja, o Sr. Mainardi pode falar o que quiser, mas não pode querer impedir que os outros falem".

“Cota de tolices e o bobo da corte”

"Mais ainda: o Sr. Mainardi é responsável pelo que fala e escreve. Enquanto permaneceu no terreno das bobagens e das opiniões disparatadas, tudo bem. Faz parte da democracia conviver com uma cota social de tolices e, além disso, presta atenção no bobo da corte quem quer. Mas quando o bufão passa a atacar a honra alheia, substituindo as bobagens pela calúnia e as opiniões disparatadas pela difamação, seria um erro deixá-lo prosseguir na sua torpe empreitada. No Estado de Direito, existe um caminho para os que consideram que tiveram a honra atacada por um detrator: recorrer à Justiça. É o que farei nos próximos dias".

"Desde já, adianto que, se a Justiça fixar indenizações por dano moral, o dinheiro será doado à Federação Nacional dos Jornalistas e à Associação Brasileira de Imprensa. Não quero um centavo dessa causa. Não dou tanta importância a dinheiro como o Sr. Mainardi, que já definiu seu próprio perfil: 'Hoje em dia, só dou opinião sobre algo mediante pagamento antecipado. Quando me mandam um e-mail, não respondo, porque me recuso a escrever de graça. Quando minha mulher pede uma opinião sobre uma roupa, fico quieto, à espera de uma moedinha'. Prefiro ficar com Cláudio Abramo: 'O jornalismo é o exercício diário da inteligência e a prática cotidiana do caráter'. Mas, para tanto, o Sr. Mainardi está incapacitado. Não porque lhe seja escassa a inteligência; simplesmente falta-lhe caráter. A história da moedinha diz tudo".

"Mainardi envergonha os jornalistas"

O "macartismo mainardiano" já causou certa revolta no meio jornalístico - infelizmente, muito aquém do necessário. Um abaixo-assinado foi encaminhado à Central Globo de Jornalismo manifestando "o nosso protesto e preocupação com a demissão do jornalista e comentarista político Franklin Martins, um dos mais qualificados e respeitados profissionais do país. Acusado levemente por um articulista, cuja missão 'do momento' parece ser unicamente agredir profissionais e intelectuais com relevantes serviços prestados ao aperfeiçoamento democrático do país, Martins não teve direito de resposta. Esperamos que a Justiça obrigue esse veículo a atender este preceito básico do jornalismo: ouvir o contraditório".

O Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal também teve a honradez de acioná-lo na Justiça por sua defesa escancarada do assassinato de Hugo Chávez, feita durante o programa Manhattan Connection de setembro de 2005. "Se o pastor protestante dos EUA, Pat Robinson, quiser realmente matar o presidente Chávez, eu ajudo", bravateou. "Este deplorável episódio exige reflexões severas sobre o papel dos meios de comunicação e dos comunicadores sociais. Diogo Mainardi envergonha os jornalistas brasileiros com essa campanha homicida e revela a natureza intelectual, a estatura moral e o caráter de certa oposição aos dirigentes que empreendem transformações sociais no continente", explicou a nota do sindicato.

A postura leviana de Diogo Mainardi gerou críticas até de Alberto Dines, do Observatório da Imprensa, que costuma fazer o papel de advogado de defesa da mídia venal. Em texto recente, ele foi duro na crítica: "Diogo Mainardi é, na feliz expressão de Luís Nassif, um parajornalista. Um dos muitos revelados nestes meses de crise. Ouviram falar de Carlos Lacerda e imaginaram que basta indignação e nenhum senso de responsabilidade para ganhar o respeito dos leitores. Seus colegas na direção da Veja ofereceram-lhe um isca e ele, faminto de reconhecimento, a abocanhou com voracidade. Quanto mais se entrega ao delírio mais se enreda na armadilha. Há poucos meses puxava o cordão dos que mais recebia mensagens; agora nem aparece no esfarrapado Oscar semanal. O leitor da Veja já não agüenta tanta fanfarronada".

Altamiro Borges é jornalista, membro do Comitê Central do PCdoB, editor da revista Debate Sindical e autor do livro "Venezuela: originalidade e ousadia" (Editora Anita Garibaldi, 3ª edição).

[Artigo enviado a www.galizacig.com polo autor, 20/03/2007]

As opinións vertidas nos artigos de opinión, enviados polos nosos colaboradores ou tiradas doutros medios, non teñen porque ser necesariamente compartidas pola CIG.