

EM DEBATE 1)

DESINFORMAÇÃO

COMO OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO OCULTAM O MUNDO

PASCUAL SERRANO

APRESENTAÇÃO: VITO GIANNOTTI

PREFÁCIO: IGNACIO RAMONET



Sindicato dos Engenheiros no
Estado do Rio de Janeiro

Copyright © 2010 SENGE-RJ

Sindicato dos Engenheiros no Estado do Rio de Janeiro

Av. Rio Branco, 277 - 17º andar - GR 1701/1704

Centro - Rio de Janeiro - CEP.20047-900

Tel.: (0xx21) 3505-0707- Fax: (0xx21) 2533-3409

E-mail: sengerj@sengerj.org.br

Filiado à



Conselho Diretor

Ólímpio Alves dos Santos (Presidente)

Agamenon Rodrigues E. Oliveira

Antonio Carlos Soares Pereira

Antonio Gerson Ferreira de Carvalho

Carlos Alberto da Cruz

Clayton Guimarães do Vabo

Clovis Francisco do Nascimento Filho

Eduardo Ramos Duarte

Fernando de Carvalho Turino

Flávio Ribeiro Ramos

Francisco Parentes de Rezende Correa

Gunter de Moura Angelkorte

Jorge Antônio da Silva

Jorge Saraiva da Rocha

José Amaro Barcelos Lima

José Stelberto Porto Soares

Julio César Arruda de Carvalho

Luiz Antônio Cosenza

Lusia Maria de Oliveira

Marco Antônio Barbosa

Maria Virginia Martins Brandão

Miguel Santos Leite Sampaio

Paulo Cesar Nayfeld Granja

Paulo Cesar Quintanilha

Conselho Fiscal

Titulares

Nei Rodrigues Beserra

Paulino Cabral da Silva

Sergio Gomes dos Santos

Suplentes

Agostinho Guerreiro

Rubem Corveto de Azeredo

Sonia da Costa Rodrigues

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ
S498d

Serrano, Pascual

Desinformação: como os meios de comunicação ocultam o mundo / Pascual Serrano; apresentação: Vito Giannotti; prefácio: Ignacio Ramonet; [tradução Luisa Prieto Lamas]. - Rio de Janeiro: Espalhafato, 2010.
(SENGE-RJ em debate)

Tradução de: Desinformación : cómo los medios ocultan el mundo

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-63359-02-5

1. Comunicação de massa - Aspectos sociais. 2. Jornalismo - Aspectos sociais. I. Título. II. Série.

10-5811. CDD: 302.23
CDU: 316.77

10.11.10 16.11.10

022618

ESPAÇO COLETIVO PARA O DEBATE

A evidência crescente do poder da mídia no Brasil ultrapassa as fronteiras de um mundo dito civilizado. Acima do bem e do mal, das leis dos homens, da democracia e das instituições, os meios de comunicação pautam debates e prioridades na vida política do país.

Os números confirmam que apenas seis grupos detêm cerca de 90 % do faturamento dos meios de comunicação de massa. Em todo o território nacional se multiplicam os chamados monopólios regionais. Concessões de TV e rádio são moedas de troca em balcões de negócios. Vale a lei da selva.

Pouco importa se na Declaração dos Direitos Humanos está escrito que o direito à informação é um direito de todos. Também parece não ter qualquer importância a constatação de que décadas após a promulgação da atual Constituição, ainda não foram regulamentados por lei dispositivos previstos para organizar, sob o controle da sociedade, os espaços públicos que são os meios de comunicação.

A história se repete em toda a América Latina: verdadeiras dinastias familiares controlam a informação na maior parte do continente.

Vivenciamos nas eleições presidenciais de 2010 a grande maioria dos meios de comunicação atuando como verdadeiros partidos numa disputa hegemônica que foi, e ainda vai, muito além do poder da informação. Vista como Quarto Poder é extremamente ativo o papel político da imprensa no Brasil.

Mas é verdade que o quadro vem mudando com o novo cenário político de países que elegeram governos progressistas, que se dispõem a enfrentar grupos

poderosos e a mudar as regras do jogo de interesses políticos e empresariais. Com suas hegemonias ameaçadas esses grupos de famílias e corporações reagem e acusam de censura o que os movimentos populares chamam de controle social.

A Internet revoluciona e mexe com a correlação de forças ao estimular a democratização da informação, mas também contribui, e muito, para apresentar a informação fora de contexto, o que dificulta sua compreensão. Muitos números são divulgados e muitos são omitidos. Fatos são citados sem que se diga em que condições sociais aconteceram. Resultado: em qualquer debate já não se entra em considerações que possam acentuar a complexidade de alguma situação, os matizes são suprimidos, raciocina-se digitalmente e consagra-se a crise de conteúdo.

Estas são algumas das questões desta publicação parcial do livro *Desinformação. Como os meios de comunicação ocultam o mundo*, que Pascual Serrano traz à tona neste primeiro Em Debate que o SENGE-RJ lança dentro de sua proposta de implementação de uma política de comunicação que integre as ferramentas e os meios disponíveis.

Pascual Serrano é jornalista especializado em política internacional e análise dos meios de comunicação. Em 1996 fundou, com um grupo de jornalistas, a publicação eletrônica *Rebelión* (www.rebelion.org), que hoje funciona como diário alternativo na Internet. Foi assessor editorial da *Telesur*, um canal de televisão latinoamericano. Entre outros títulos, Serrano publicou *Violência e meios de comunicação*, que obteve o primeiro lugar no Concurso Internacional “Pensar Contra a Corrente”.

Para fazer avançar a reflexão e as ações concretas ligadas aos grandes temas nacionais e contribuir para a formulação de políticas públicas, o SENGE-RJ, no ano em que comemora 80 anos de lutas, mantém a prática de produzir conhecimento, reunir subsídios e construir espaços coletivos de debate e bom combate.

A Diretoria

SUMÁRIO

LIVRO DO SERRANO É UMA DESINTOXICAÇÃO / VITO GIANNOTTI	7
A CENSURA DEMOCRÁTICA / IGNACIO RAMONET	9
INTRODUÇÃO	13
ASSIM FUNCIONA O MODELO	17
COMO AS INFORMAÇÕES SÃO SELECIONADAS	22
O QUE NOS CONTAM ACONTECE?	31
SEM CONTEXTO NEM ANTECEDENTES	37
A LINGUAGEM	43
A LINGUAGEM NA ECONOMIA	46
ATRIBUIR-SE A OPINIÃO PÚBLICA	48
O ETNOCENTRISMO E AS HIERARQUIAS	49
POR TRÁS DOS LÍDERES	53
SILÊNCIO COM AS MARCAS	55
O FALSO PLURALISMO	57
FONTES E ANALISTAS	59
SILÊNCIO/PRIMEIRA PÁGINA	62
BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA	64
NOTAS DE RODAPÉ	65



LIVRO DO SERRANO É UMA DESINTOXICAÇÃO

VITO GIANNOTTI

Mídia, na cabeça de todo mundo, são meios de informação. Para Pascual Serrano, é exatamente o contrário. *Desinformação* é o título do seu livro que já vai para a sexta edição. Sim, a partir de exemplos do mundo todo, o jovem escritor catalão prova com mil fatos e dados que a mídia são meios de desinformação e não de informação. Meios de ocultação da verdade. De omissão de fatos, de dissimulação. Muitas vezes, de total e absoluta mentira.

Ignacio Ramonet, parceiro e mestre de Serrano, sempre cita o caso mais gritante do começo do século XXI, no qual a mídia criou, manteve e reafirmou milhares de vezes uma tremenda farsa. O caso da invasão do Iraque pelos EUA, em março de 2003. Todas as famosas e renomadas agências internacionais de informação se esmeraram em desinformar o mundo para fazer acreditar que os EUA bombardeariam Bagdá por puríssimo amor à democracia contra o ditador Saddam Hussein.

Depois deste bombardeio midiático mundial de desinformação, 51% dos estadunidenses acreditavam piamente que o tal ditador Saddam tinha participado pessoalmente do atentado às Torres Gêmeas.

Serrano passeia da sua Espanha à África grande e esquecida; da Ásia, com seu Oriente Médio e a “ameaçadora” China à Europa dos Berlusconi e dos Post; da efervescente América Latina bolivariana à Rússia com sua nova Guerra Fria. Em cada caso, ele desnuda os mecanismos de produção de uma visão única e necessária para a manutenção da ideologia e da hegemonia dominante. Isto é, da ideologia do capitalismo neoliberal.

Mas Serrano, não deixa nenhuma visão pessimista. Com o realismo de quem não tem medo de ser pessimista na análise, mas otimista no sonho, Serrano ao longo do seu envolvente livro se coloca a clássica pergunta: “O que Fazer? Propõe formar e educar as massas vítimas da intoxicação da mídia empresarial, isto é, da classe patronal, a resistir. Tarefa para todo tipo de comunicador é reafirmar que “Outra comunicação é possível”.

Reafirmar e agir para tornar este sonho realidade. Sonho? Sim, mas pode-se pensar em torná-lo realidade. Parafraseando Lênin, após a derrota da primeira revolução russa, em 1905, podemos dizer “Sonhos é preciso tê-los. Mas na condição de confrontá-los constantemente com a realidade e de lutar incessantemente para torná-los realidade.”. Pascual, com seu site *Rebellión*, seus artigos em inúmeros jornais europeus e latinoamericanos, suas palestras pelo mundo afora e seu livro-alerta “Desinformacion. Como los médios ocultan el mundo” está entre os que cultivam sonhos. O sonho de outra hegemonia que a do capital.

A CENSURA DEMOCRÁTICA

IGNACIO RAMONET

De agora em diante ninguém poderá dizer que não sabia. Este novo livro de Pascual Serrano estabelece de modo definitivo, com uma relação esmagadora de fatos, dados e exemplos, a prova de que os meios de comunicação desinformam. O autor demonstra que a comunicação, tal e como é concebida pelos meios de comunicação dominantes na imprensa, rádio, televisão e internet, tem como função principal convencer o conjunto das populações de sua adesão às ideias das classes dominantes. E de votar naquelas pessoas que estejam dispostas a colocá-las em prática.

Apesar desta ditadura midiática, percebemos que há uma sensibilidade cidadã extremamente elevada com relação aos problemas dos meios de comunicação e a sua relação com a sociedade. O livro de Pascual Serrano dá testemunho desta preocupação. Basta lembrar o que aconteceu na Espanha depois dos atentados de 11 de março. Através do uso de telefones celulares ou da internet, as pessoas enviaram uma série de mensagens com alertas sobre as dúvidas que podiam existir com relação à “verdade oficial” que estava sendo difundida pelo governo Aznar. E assim, terminou sendo rejeitada essa falsa verdade. Produziu-se a primeira insurreição midiática, a primeira guerrilha midiática, na qual novos instrumentos leves de comunicação foram mais fortes que os mastodontes oficiais dos meios dominantes.

Isso significa que existe uma extrema sensibilidade à manipulação midiática, as pessoas sabem agora que os meios de comunicação são uma bomba atômica que

penetra em seus cérebros; portanto, não querem que se abuse de tal potência nuclear. Essa sensibilidade se encontra em um número maior de cidadãos dia após dia. Hoje, as pessoas comuns se interessam pelo funcionamento desse sistema midiático de fabricação de mentiras.

E este livro responde a esse interesse. Pascual Serrano abre nossos olhos para um dos aspectos da manipulação midiática menos estudado até agora: a nova forma de censura. Por hábito, ou por preguiça intelectual, continuamos pensando que a censura só é exercida pelos governos autoritários, as ditaduras que praticam-na de forma ostensiva, muito visível, amputando, proibindo, cortando, suprimindo, truncando, cerceando. Em resumo, mutilando e deixando uma obra, ou informação, castrada e desmembrada. Negamo-nos a pensar no problema de saber como funciona a censura na democracia. Partimos do princípio de que a censura é própria da ditadura, e não da democracia. Quando, na realidade, há que se partir do princípio de que a censura é própria do poder, de todo poder.

Por conseguinte, assim como faz Pascual Serrano aqui, é necessário que se pergunte quais são os mecanismos da censura na democracia. Porque o que é óbvio é que a censura já não funciona por restrição, por amputação ou por supressão, como nos países onde se mata ou se aprisiona jornalistas, ou se fecha um jornal, ou são cortadas as notícias etc.

Nas grandes democracias desenvolvidas, com exceção de vexatórias exceções, isto praticamente já não acontece. O que ocorre sim é que há muita informação que não circula, porque há superinformação. E há tanta que a própria informação nos impede – como um biombo ou uma barreira – de acessar a informação que nos interessa. Nas ditaduras é o poder que nos impede de acessar a informação. Na democracia é a própria informação, por saturação, o que nos impede. Ou seja, na democracia a censura funciona por asfixia, por engasgamento, por entupimento. É tanta informação oferecida, e consumimos tanta informação, que já não percebemos que alguma (exatamente a que mais se precisaria) não está presente.

A ocultação e a dissimulação, nessa massa de informação que se consome, são as formas da censura de hoje. E essa “censura invisível” é a que é praticada pelos grandes grupos midiáticos e pelos governos. Com total impunidade. Estamos então em uma situação na qual cremos que, pelo fato de haver mais informação, temos mais liberdade, quando, na realidade, se analisamos bem, temos tão escassa informação quanto em outros momentos.

O poder dos meios de comunicação e sua influência na opinião pública estão esvaziando de sentido a democracia. É uma questão que hoje é enfocada em muitas

sociedades. Por exemplo, quando votamos, votamos livremente? É o livre arbítrio que me leva a votar em fulano ou beltrano? Ou, na verdade, é porque colocaram na minha cabeça uma série de ideias que fazem com que eu, como um mario-nete, vote a partir do que me disseram? Como bem diz Noam Chomsky: “Em nossas democracias, um presidente é um produto do sistema de construção midiática de candidatos”. A indústria das relações públicas, que promove a venda de candidaturas da mesma forma que vende mercadorias, dá o seu prêmio anual, na categoria melhor marketing, à marca fulano. Esse sistema é claramente não democrático: um tipo de “ditadura por eleição”, uma construção política na qual o povo contempla a ação e não é protagonista.

Sabemos que a invasão do Iraque foi feita sob falsos pretextos que deram lugar a mentiras de Estado. O próprio presidente democraticamente eleito de um governo democrático divulgou informações falsas, sabendo, além disso, que eram falsas. E todos os meios dominantes repercutiram essa informação falsa, enganando assim a milhões de cidadãos.

Isto é algo possível de se imaginar em ditaduras ou em regimes autoritários, mas parecia inconcebível num país democrático, com o apoio dos meios de comunicação, fazer essa gigantesca manipulação com as consequências trágicas que isso supôs. Por isso existe uma sensibilidade particular com relação a este problema da informação, e há cada vez mais exigência para que adotemos algum sistema que permita termos garantias sobre as notícias que consumimos.

Porque com a informação está ocorrendo o que aconteceu com a alimentação. Em alguns países passou-se de uma alimentação que era uma penúria, a uma situação de abundância de produtos, em todas as estações do ano. Mas agora se descobre que essa alimentação está contaminada por pesticidas e fertilizantes químicos, e que isso provoca uma série de doenças e mortes por câncer, infartos ou problemas de obesidade etc. Isto criou tal desconfiança que, agora, existem lojas ecológicas onde são vendidos somente produtos orgânicos, produzidos sem pesticidas e sem elementos prejudiciais à saúde.

PASCUAL SERRANO
ABRE OS NOSSOS
OLHOS A RESPEITO
DE UM DOS ASPECTOS
DA MANIPULAÇÃO
MIDIÁTICA
MENOS ESTUDADO
ATÉ AGORA: A
NOVA FORMA DE
CENSURA.

Com a informação está acontecendo o mesmo. Antes havia pouca informação, agora a informação é excessiva; mas esta informação está contaminada com muita mentira, com muita falsidade, com muita ocultação etc. Então, cada vez há mais gente que quer uma informação ecológica e busca o que poderíamos chamar de uma “informação orgânica”, com um distintivo tipo “esta é uma informação orgânica, verificada, sem falsidade, sem mentiras. Uma informação que não prejudica a sua saúde mental, que não o manipula”. E o primeiro passo obrigatório nessa via de purificação midiática consiste em ler este indispensável livro de alerta de Pascual Serrano.



INTRODUÇÃO

Até os dias de hoje, se confiou nos jornais como porta-vozes da opinião pública. Entretanto, muito recentemente, alguns de nós nos convencemos, de uma forma súbita e não gradual, de que eles não são isso de modo algum. São, por sua própria natureza, os brinquedos de alguns poucos homens ricos. O capitalista e o editor são os novos tiranos que se apoderaram do mundo. Já não faz falta que ninguém se oponha à censura da imprensa. Não precisamos de uma censura para a imprensa. A própria imprensa é a censura. Os jornais começaram a existir para dizer a verdade e hoje existem para impedir que a verdade seja dita.

Os grandes acontecimentos do mundo estão todos os dias presentes nos meios de comunicação: a guerra do Iraque, a situação no Afeganistão, o conflito israelo-palestino, a política de Chávez na Venezuela, o debate sobre a construção europeia, a emigração africana, as eleições americanas... Entretanto, poucos dos leitores ou dos públicos dos grandes meios de comunicação poderiam interpretar as origens do conflito palestino, os elementos fundamentais da violência no Iraque, o programa político da revolução bolivariana, o funcionamento eleitoral dos Estados Unidos ou o conteúdo do Tratado de Lisboa.

Uma revisada nos temas que dominaram a agenda nos últimos anos nos permite comprovar que os assuntos tratados nunca estão contextualizados, não são

apresentados os antecedentes que permitam compreendê-los e, menos ainda, comparações para poder avaliá-los de forma justa.

Por meio de dezenas de entrevistas com especialistas, da busca de informação em fontes originais, da utilização de bibliografia especializada que se aprofunda nos temas ou do recurso a meios alternativos e comunitários, este livro revisa os acontecimentos dos últimos anos no mundo para deixar em evidência como os meios de comunicação não explicam o mundo, focam os conflitos a partir da miopia do Ocidente, dividem os governos entre bons e maus conforme seus interesses e tentam ancorar os princípios do *statu quo* dominante.

O resultado de nosso modelo informativo, massivo e empresarial, é a divisão dos cidadãos em dois tipos: uma grande maioria que consome grandes meios de comunicação de forma não crítica e se transforma em massa de manobra informativa, e uma elite política e intelectual que consegue compreender os elementos fundamentais do mundo. Desta última, uma parte utiliza a informação para tirar proveito, e a outra, a crítica, se vê obrigada a conviver com a impotência de não conseguir que sua mensagem chegue à comunidade cidadã. O objetivo deste livro é tentar fazer com que o maior número de pessoas abandone o grupo de consumidores passivos de informação e se incorpore a uma cidadania crítica, desconfiada dos meios de comunicação, e que quer conhecer a verdade para, então, ser realmente livre.

Ainda que ao abordar cada país ou região se inclua uma breve introdução com a qual se pretende fornecer alguns elementos de contexto imprescindíveis para compreender a análise informativa, é importante esclarecer que esta obra não tem como objeto fazer com que o leitor compreenda a atualidade mundial dos últimos anos. Para isso, tentamos fornecer numerosas fontes e bibliografia muito mais aprofundada. Nossa pretensão é mostrar dados informativos suficientes para deixar em evidência diante do leitor a tremenda distância que há entre a realidade e o que nos contam.

Na era da internet consideramos uma boa ideia incluir em cada citação e fonte o seu endereço exato na rede, caso esteja disponível. Em vista do caráter dinâmico da internet pode ser que algum *link* já não funcione, mas acreditamos que tais exceções não invalidam a contribuição oferecida para se consultar os restantes.

Acho que até agora nenhum de meus projetos contou com tanta participação e ajuda quanto necessitei para este livro. Para começar, todos os meus companheiros de *Rebellion.org* que, com seu trabalho diário, conseguiram um arquivo de documentação sem o qual não teria sido possível nem imaginar iniciar esta obra. A necessidade de recorrer a fontes em vários idiomas tornou imprescindível e valiosíssimo o esforço de Germán Leyens, Juan Vivanco e Manuel Talens, que

instantaneamente iam traduzindo para mim os textos propostos.

Colocar em dúvida a linha informativa dos grandes meios de comunicação requer legitimar-se com as opiniões e avaliações de profundos conhecedores de cada tema ou de cada país. Muitas de suas posições foram retiradas de livros e trabalhos em publicações jornalísticas, mas também foram necessárias as entrevistas expressamente realizadas para este livro. Todos eles me atenderam com presteza e compreenderam a importância deste trabalho. Trata-se de Txente Rekondo, do Gabinete Vasco de Análise Internacional; Mónica G. Prieto, correspondente do jornal *El Mundo* no Oriente Médio; Vicenç Navarro, catedrático de Economia da Universidade de Barcelona e professor de Políticas Públicas nos Estados Unidos; o escritor Alfons Cervera; Michel Collon, jornalista belga e especialista em meios de comunicação; Ro-

berto Montoya, jornalista do *El Mundo* e especialista em política internacional; Vicente Romano, doutor em Ciências da Informação; Carlos Fernández Liria, professor de Filosofia; Carlos Tena, jornalista espanhol radicado em La Habana; José Manzaneda, jornalista do projeto Cubainformación; Salim Lamrani, professor universitário francês especializado em Cuba; Alberto Roque Guerra, membro do Centro Nacional de Educação Sexual (CENESEX) em La Habana; Hernando Calvo Ospina, jornalista franco-colombiano; Ramsey Clarick, ex-promotor geral dos Estados Unidos; Gloria Larriba, jornalista e ativista americana; Nazanín Amirian, escritora iraniana radcada em Barcelona; Agustín Velloso, professor da Universidade Nacional de Educação à Distância (UNED) e membro do Comitê de Solidariedade com a Causa Árabe; Javier Couso, especialista em Iraque e membro da Campanha contra a Ocupação e pela Soberania do Iraque, cujo irmão foi assassinado em Bagdá em abril de 2003 pelo disparo de um tanque americano; Alberto Piris, general de artilharia na reserva do exército espanhol e atualmente analista de opinião em diferentes meios de comunicação; Xulio Ríos, diretor do Instituto Galego de Análise e Documentação Internacional e membro do Conselho Assessor da Casa Ásia; Aloia Alvarez, especialista em Informação Internacional e Países do Sul, membro

OS MEIOS DE
COMUNICAÇÃO
FOCAM OS CONFLITOS
A PARTIR DA MIOPIA
DO OCIDENTE,
DIVIDEM OS GOVERNOS
ENTRE BONS E MAUS
CONFORME SEUS
INTERESSES E TENTAM
ANCORAR OS PRINCÍPIOS
DO *STATU QUO*
DOMINANTE.

do Grupo de Estudos Africanos da UAM e responsável pela revista *Pueblos*, e José García Botía, especialista em África, com destaque para a República Democrática do Congo.

A todos eles convém acrescentar o escritor e amigo Santiago Alba, cujas orientações me são sempre imprescindíveis e me ajudam a encontrar o norte entre as palavras e entre os princípios. Meu agradecimento a Caty R., que revisou minuciosa e profissionalmente cada palavra deste livro. E a Ignacio Ramonet, cujo talento e profissionalismo me servem de exemplo e que não hesita em atender meus pedidos sempre que solicitado e, nesta ocasião, prefaciando esta obra. Por último, àqueles que sofrem com meus silêncios, ou pior ainda, com minhas ordens de silêncio enquanto escrevo: meus pais Basilio e Isabel, minha companheira Mapi, e Camilo, com quem poderei passar mais tempo uma vez terminado este livro.

ASSIM FUNCIONA O MODELO

- Quando uso uma palavra - disse Humpty Dumpty -, ela significa exatamente aquilo que eu quero que signifique, nem mais nem menos.
- A questão - ponderou Alice - é saber se o senhor pode fazer as palavras dizerem coisas diferentes.
- A questão - replicou Humpty Dumpty - é saber quem é que manda... É só isso.

Diálogo entre Alice e Humpty Dumpty, LEWIS CARROLL, *Alice no país das maravilhas*, 1865.

Nos jornais e nos noticiários de televisão, cozinha-se de uma maneira muito ruim, mas nossa sociedade devora o alimento-lixo com total alvoroço. E com a maior impunidade. Não há inspeção sanitária informativa, nem dos noticiários é exigida uma etiqueta na qual sejam indicados seus ingredientes ou a sua elaboração, e nada garante que a dose de notícias que ingerimos fora contrastada de maneira adequada. Assim interpretava a professora de jornalismo da Universidade Rey Juan Carlos, Concha Mateos¹.

Quantos produtos informativos conhecemos que foram retirados do mercado pelas autoridades devido à sua má qualidade? A maior parte das notícias que nos chegam é elaborada em resumo, sem crítica e sem contrastá-las, algo que uma fonte interessada contou aos jornalistas. Isto é, o jornalista - em geral muito mal pago,

não especializado, com grande pressão de tempo e um contrato precário, com medo de perder o seu emprego – vai a algum lugar informado por alguém que tem interesse em que algo seja conhecido: toma nota do que lhe é contado, muitas vezes não pode fazer perguntas, resume o que é mais chamativo e fácil de entender, e com isso elabora a notícia. Se é mentira, não saberá e nem terá tempo de comprovar antes que a notícia seja divulgada. Somente na comunidade autônoma andaluz, as televisões locais receberam uma inspeção de trabalho e, de um total de 145 casos, foram encontradas 61 incidências: trabalhadores sem registro e matrícula na previdência social, falsos bolsistas, falsos autônomos...² A inspeção foi realizada graças à pressão das organizações de jornalistas da Andaluzia e é pioneira e única na Espanha. Nada leva a pensar que o panorama nos grandes canais seja diferente.

Por outro lado, quase a quarta parte das fontes consultadas é decorativa, serve para enfeitar a informação, dar forma humana, rosto, colocar uma nota de humor ou curiosidade... isto é, nada informativo, e é o que os especialistas chamam de pseudofontes (23%).

E ainda tem mais: o escritor e jornalista polonês Ryszard Kapuscinski comparava a situação de censura que viveu em seu país durante o denominado socialismo real com o panorama atual na mídia. Segundo ele, aquela censura agora está maquiada pela manipulação. Se antes, na sua Polônia natal, os governos impediam a difusão de determinadas notícias, agora, mediante os silenciamentos, a frivolidade, o desvio da atenção para assuntos menores, a marginalização de intelectuais rebeldes e ainda as mentiras, o panorama de desinformação da mesma vítima – o cidadão comum – não melhorou. O catedrático de Teoria da Comunicação e presidente da publicação mensal *Le Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet, não teve dúvida em qualificar como crise a situação atual dos meios de comunicação³. As razões devem ser buscadas no controle cada vez mais descarado que os grupos acionistas têm sobre as linhas editoriais, até o desenvolvimento da internet e o fenômeno da imprensa gratuita, que no fundo não supõe outra coisa que aumentar a dependência da publicidade. O que também está contribuindo para esta crise – que é o tema abordado nesta obra – é a perda de credibilidade que levou a uma situação na qual “a parcialidade, a falta de objetividade, a mentira, as manipulações ou simplesmente as fraudes, não param de aumentar. Sabemos que nunca houve uma época dourada da informação, mas atualmente esses desvios alcançaram também os diários de qualidade”⁴.

O assunto não é banal. Lembremos que o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) estabelece o direito de “receber informações e opi-

niões”. No caso espanhol, a nossa Constituição é a primeira da Europa a incluir o direito de receber uma informação “verdadeira”. Portanto, se as notícias de nossas mídias não possuem a veracidade nem a qualidade necessária e as opiniões não estão equilibradas, são violados os dois pilares legislativos fundamentais da nossa comunidade, por mais que se continue alardeando a liberdade de imprensa.

Ignacio Ramonet lembra-se de casos emblemáticos que mostram apenas a ponta do *iceberg* do desastre das comunicações. Nos Estados Unidos, Jayson Blair, o jornalista estrela que falsificava fatos, plagiava artigos da internet e que ainda inventou dezenas de histórias, causou um prejuízo colossal ao *New York Times*, que muitas vezes publicava suas fabulações na capa⁵. Poucos meses depois, estourou outro escândalo, ainda mais estrondoso, no primeiro diário dos Estados Unidos, o *USA Today*. Sua repórter mais célebre, Jack Kelley, uma estrela internacional que durante 20 anos viajara por todo o mundo, entrevistara 36 chefes de Estado e fizera a cobertura de uma dezena de guerras, havia inventado centenas de relatos sensacionalistas detalhando como fatos e situações vividas o que nada mais era do que fruto de sua imaginação⁶. Em plena campanha eleitoral, Dan Rather, o famoso apresentador do jornal televisivo da CBS e do prestigioso programa “60 minutos”, reconheceu que havia difundido, sem verificar, documentos falsos para provar que o presidente Bush havia recebido ajuda para evitar ser enviado para a guerra do Vietnã⁷. Na opinião da socióloga Ángeles Díez, uma das autoras do livro *Manipulação e meios de comunicação na sociedade da informação*, o sistema dominante não exige ao menos a manipulação, basta esse “recorte da realidade” que nos oferecem como verdade única, e o fato de que foram desaparecendo os espaços de interação social (centro de trabalho, locais de reunião, espaços coletivos), de forma que o cidadão se encontra apenas diante da televisão, do rádio e do jornal.

Ryszard Kapuscinski, depois de 40 anos de experiência, se perguntava em seu discurso na cerimônia de entrega dos prêmios de jornalismo Stora Journalis-

UMA VEZ QUE É
CONSIDERADA
UMA MERCADORIA,
A INFORMAÇÃO DEIXOU
DE SE VER SUBMETIDA
AOS CRITÉRIOS
TRADICIONAIS DA
VERIFICAÇÃO, DA
AUTENTICIDADE E
DO ERRO. AGORA É
REGIDA PELAS LEIS DO
MERCADO.

triset, em Estocolmo, em que medida os meios de comunicação são um espelho fiel do mundo. Esse jornalista polonês destacava que as novas tecnologias, a instantaneidade e o “ao vivo” mudaram as condições da profissão de jornalista.

Uma vez que é considerada uma mercadoria, a informação deixou de ser submetida aos critérios tradicionais da verificação, da autenticidade e do erro. Agora é regida pelas leis do mercado⁸.

Assim, os grandes meios de comunicação de todo mundo reproduziram como verdadeiras, sem comprovar, as informações da Casa Branca com as quais justificaram sua invasão ao Iraque. Tudo o que Michael Moore revelava em seu documentário *Fahrenheit 9/11* era informação conhecida que os meios de comunicação, simplesmente, haviam escondido debaixo do tapete. Tudo isso leva Ramonet a propor que cada vez mais os cidadãos tomem consciência desses novos perigos e se mostrem muito sensíveis a respeito das manipulações da mídia, convencidos de que, em nossas sociedades hipermediatizadas, vivemos paradoxalmente em um estado de insegurança informativa. A informação prolifera, mas sem qualquer garantia de fidelidade. Assistimos ao triunfo do jornalismo de especulação e de espetáculo, em detrimento do jornalismo de informação. A encenação (a embalagem) predomina sobre a verificação dos fatos⁹.

Pouco antes da invasão do Iraque, 51% dos americanos acreditavam que Saddam Hussein havia participado “pessoalmente” dos atentados contra os EUA, segundo revelou uma investigação da cadeia de televisão CNN e o jornal *USA Today* de março de 2003. E meses depois de iniciada a guerra, ainda havia quem acreditasse que existiam armas de destruição em massa no país árabe. Duas pesquisas realizadas no ano de 2006, uma do *Los Angeles Times/Bloomberg* e outra do *New York Times/CBS News*, mostraram que metade da população estadunidense era incapaz de adquirir, processar e compreender as informações¹⁰. Na Europa, o panorama é muito melhor. Segundo o barômetro anual do Real Instituto Elcano¹¹, publicado no mês de dezembro de 2007, 64% dos entrevistados estavam convencidos de que a Espanha pertencia ao Conselho de Segurança da ONU, e 39% acreditava que a Polônia não era membro da União Europeia. É só uma amostra das muitas que o estudo confirma sobre o nível de desinformação dos espanhóis.

Diante disso, a resignação dos profissionais é ainda mais inquietante. Em um seminário sobre jornalismo na Universidade Internacional Menéndez Pelayo, em maio de 2008, o presidente da Federação Internacional de Jornalistas (FIP), Jim Boumelha, e o presidente da Federação de Associações da Imprensa da Espanha (FAPE), Fernando González Urbaneja, discordaram sobre a independência dos jor-

nalistas¹². Enquanto o primeiro afirmava que o jornalista é, na verdade, “menos independente” e que existe “certa autocensura para poder sobreviver”, o espanhol negava isto e apresentava como exemplo que “as mídias estadunidenses reagiram oito anos depois à posição governamental sobre a guerra do Vietnam, e no caso do Iraque, demoraram apenas um ano e meio”. Um ano e meio para se distanciar da posição do governo: grande exemplo de profissionalismo jornalístico! Os cidadãos devem esperar esse tempo para começar a conhecer as verdades?

Em outubro de 2007, participei de uma mesa redonda sobre fotojornalismo em Barcelona. Dediquei minha intervenção a expor fotografias que, embora fossem reais, tinham sido manipuladas na redação do jornal ou estavam acompanhadas de legendas falsas (algumas delas são comentadas neste livro). Embora os autores das imagens não fossem responsáveis por essa manipulação, o trabalho deles foi utilizado para enganar o público. Eu me perguntava por que não tomamos conhecimento de sua reação de indignação ou protesto diante do atropelo sofrido por seu trabalho. A resposta dos fotógrafos me deixou impressionado: tentavam se justificar com argumentos do tipo “que deviam manter seu contrato de trabalho a todo custo”, “que precisavam continuar nesse emprego porque tinham compromissos econômicos (hipotecas, escolas dos filhos, prestações de carros etc.)”. À margem das implicações éticas desses comportamentos – que me fizeram recordar do filme *El verdugo*, de Luis García Berlanga –, o que fica em evidência é a incompatibilidade entre o mercado de trabalho dos meios de comunicação privados e o rigor de seus conteúdos. Se o profissional não tem seus direitos trabalhistas garantidos – incluída a estabilidade –, ele não será livre para reivindicar a verdade e a veracidade em suas informações. Não existirá, portanto, a liberdade de expressão que tanto alardeiam essas empresas de comunicação. E não pode mesmo existir porque os primeiros que não podem utilizá-la são os próprios profissionais do ramo, que devem acatar as ordens de seus superiores se quiserem manter seus empregos.

COMO AS INFORMAÇÕES SÃO SELECIONADAS

Todos os dias, cerca de 4.000 notícias chegam às redações dos grandes meios de comunicação. Como os executivos da mídia decidem o que vão nos informar sobre cada região do mundo? Por que algumas vezes aparecem notícias contraditórias e outras vezes todos se repetem em monocórdio?

A escolha das notícias é o argumento mais contundente para lembrar que não existe a neutralidade nem a imparcialidade informativa. Quando um jornal escolhe para sua capa uma denúncia da Anistia Internacional ou o casamento de um membro de alguma monarquia europeia, por mais aparentemente objetiva que seja a sua apresentação, está tomando uma determinada posição. Por isso, nossa primeira missão deve ser averiguar o mecanismo de seleção das notícias.

A melhor análise a esse respeito procede do linguista estadunidense Noam Chomsky e do economista e analista de meios de comunicação Edward S. Herman, em seu livro conjunto *Os guardiões da liberdade*¹³. Nessa obra, os autores nos apresentam o que denominam “filtros”, isto é, “os lugares de difícil trânsito através dos quais o dinheiro e o poder filtrarão as notícias até deixá-las prontas para sua publicação, excluirão as discrepâncias e permitirão que o governo e os interesses privados dominantes difundam uma mensagem adequada para o público”. Trata-se de filtros que nem ao menos os trabalhadores da informação têm consciência de sua existência. Estão convencidos, na maioria, que trabalham com imparciali-

dade e objetividade. Isto se deve ao fato de que o modelo atual está absolutamente interiorizado. Vejamos um exemplo: em abril de 2008, em Cuba, foi autorizada a compra de aparelhos de DVD, televisão de tela grande ou telefones móveis¹⁴. Todos os jornalistas, e também os cidadãos, interpretaram isso como um avanço da liberdade dos cubanos. Liberalização não no sentido econômico, mas no sentido político. Esquecem-se que esse critério de liberdade ignora um detalhe: a disponibilidade de dinheiro para ter acesso a esses produtos. No nosso modelo, chamamos de liberdade a tudo aquilo que podemos fazer se temos dinheiro para tal; portanto, não pode ser liberdade. Os cubanos que não têm dinheiro, não podem adquirir esses produtos, como também não podem os hondurenos, os mexicanos ou os tailandeses. Com esse pequeno exemplo, não quero me pronunciar sobre a medida do governo cubano, mas apenas destacar essa trança ideológica imperceptível que as mídias e os cidadãos aplicam em sua interpretação da realidade. Quando se diz que uma amostra da repressão cubana é que os pescadores de lagostas foram proibidos de ficar com elas, consumi-las ou comercializá-las, nos esquecemos que também os garçons dos restaurantes de mariscos de Madri não dispõem de dinheiro para ir a restaurantes e jantar com suas esposas numa noite de sábado, e nem o pedreiro que constrói chalés de luxo na praia poderá passar um único verão num deles. Essa limitação de sua liberdade não nos é perceptível.

Mas, voltemos aos filtros, mecanismos através dos quais se determina o que é notícia e o que não é, o que se supõe que nos interessa e do que falaremos enquanto tomamos café com nossos companheiros de trabalho, o que os especialistas denominam de *agente setting*. Não se trata tanto de definir a nossa ideologia, mas de escolher quais são os temas que devem nos interessar, que é bem mais do que nos impor uma ideologia, uma vez que tal atitude supõe substituir a realidade, ainda mais num mundo em que as relações sociais têm diminuído muito em favor de nosso papel como consumidores de mídia

Filtro I: Magnitude, propriedade e orientação dos benefícios dos meios de comunicação

No século XIX, a imprensa operária do Reino Unido teve um papel fundamental na coesão dos trabalhadores, na sensibilização a respeito da problemática cultural, e sua capacidade de favorecer a organização e a conscientização. Os governos, por mais que isso os incomodasse, não podiam tentar sufocá-la porque se arriscavam a revoltas populares. Foi em finais do século XIX e princípios do XX, quando chegou a industrialização da imprensa, que os investimentos necessários para co-

locar um jornal em funcionamento passaram de mil libras em 1837 a 50 mil em 1867. O *Sunday Press*, que surgiu em 1918, precisou de dois milhões de libras. Esse desenvolvimento industrial conseguiu o que nenhum governo pode, que foi expulsar do panorama todos os projetos informativos que não tivessem um grande investimento por trás. Os trabalhadores e os humildes perderam seu direito de coadministrar um meio de comunicação em favor das grandes fortunas. Trata-se de um fenômeno que a globalização disparou. Basta observar o panorama atual para apreciar que por trás dos meios de comunicação existem poderosos grupos empresariais, como veremos mais adiante. Ainda que em âmbito local isso não pareça tão evidente no que se refere às informações internacionais, os meios locais se limitam a repetir os conteúdos das grandes agências. Atualmente, 80% das notícias que circulam pelo mundo têm origem em quatro agências informativas internacionais: Associated Press, United Press International, Reuters e Agence France Press. São essas agências que estabelecem a ordem do dia e proporcionam a maioria das notícias internacionais.

Até pouco tempo a principal ameaça à pluralidade informativa era a concentração de mídias em poucas empresas de comunicação. Isso era favorecido pelo fato de que se conseguia rentabilizar melhor o trabalho, uma vez que o mesmo produto informativo servia para nutrir o jornal, a rádio e a televisão do grupo de mídia. Mas isso já foi superado na era da globalização. Os proprietários dos meios de comunicação deixaram de ser grupos de comunicação puros, e passaram a ser simplesmente grupos econômicos colossais que não têm por que ter como principal atividade a comunicação. Também ficou para trás a acusação progressista de que tinham transformado a informação em um negócio. Visto que foram eliminados nos países desenvolvidos grande parte dos mecanismos de domínio pela violência, agora o valor da conformação da opinião pública é tão alto que bem merece destinar dinheiro a fundo perdido. Por isso, muitos meios se transformaram em meros departamentos de imagem dos centros empresariais. Assim, temos na nossa imprensa, rádio e televisão, acionistas que são bancos, financeiras, seguradoras, empresas de telecomunicações e ainda de armamento, como no caso da França. Nos conselhos de administração dessas empresas de comunicação, sentam-se banqueiros e executivos empresariais que não têm qualquer relação com a informação. A engenharia financeira é tal que nem ao menos se pode saber se há lucros. Se o desejo é melhorar a conta de resultados do periódico da vez, basta injetar-lhe publicidade da empresa acionista (Telefônica, Endesa etc.). E se querem aumentar a tiragem para ampliar sua capacidade de influência, basta dar de presente uma toa-

lha de mesa com cada exemplar. Membros de um sindicato de jornalistas me confessaram que, durante uma negociação salarial com uma grande empresa de comunicação, propuseram vincular o aumento da tirada do periódico a incentivos trabalhistas. A direção respondeu que não era essa a sua política: se quisessem aumentar a tiragem, bastava dar de presente um DVD ou utensílios.

Para mostrar de que forma os interesses empresariais e comerciais dos meios de comunicação influem na sua forma de apresentar a notícia, nada melhor que expor as seguintes manchetes para informar os resultados do relatório de outubro de 2008 sobre as cifras da Oficina de Justificación de la Difusión-OJD: “*La Razón*, o jornal que mais cresce em venda de banca da imprensa nacional” (*La Razón*); “*ABC* é o único jornal que aumentou suas vendas em bancas em 2008” (*ABC*); “*El Mundo* se mantém em segundo com quase 100.000 exemplares de vantagem” (*El Mundo*); “*El País* cresce um por cento entre janeiro e setembro” (*El País*).

Filtro 2: A publicidade como fonte principal de receitas

Voltemos ao caso da imprensa britânica no século XIX. No início, o preço de venda do jornal deveria cobrir todos os gastos de produção, como é lógico. Dessa forma, as receitas dependiam apenas do número de cidadãos que compravam o jornal. A incorporação da publicidade supôs uma receita extra para as mídias que gozassem das preferências do público destinatário da publicidade. Os jornais que conseguiam anúncios podiam se permitir ainda diminuir seu preço de venda; por outro lado, os que não atraíam anúncios eram mais caros, reduziam suas vendas, sofriam perdas ou menos benefícios para reinvestir e melhorar suas possibilidades de venda (cor, formato atrativo etc.). Como disse Chomsky, “com a publicidade, o mercado livre não oferece um sistema neutro no qual o comprador decide finalmente. As escolhas dos anunciantes são as que influem na prosperidade e na sobrevivência dos meios”. O que pagamos atualmente por um jornal é 50% do seu

QUANDO UM JORNAL
ESCOLHE PARA CAPA
UMA DENÚNCIA DA ANISTIA
INTERNACIONAL OU O
CASAMENTO DE UM
MEMBRO DE ALGUMA
MONARQUIA EUROPEIA,
POR MAIS APARENTEMENTE
OBJETIVA QUE SEJA A SUA
APRESENTAÇÃO, ESTÁ
TOMANDO UMA DETERMINADA
POSIÇÃO.

custo – exceto quando se ganha um livro ou uma peça de cozinha de brinde. Os anunciantes pagam o resto. O jornal que não tem a aprovação dos anunciantes deveria custar o dobro, supondo-se que seja comprado pelo mesmo número de pessoas. Se comprem menos – o que seria lógico se custa o dobro – o preço por exemplar aumenta muito mais. Essa tese sobre o fator deformador da publicidade tenta se neutralizar argumentando que os anunciantes não condicionam o conteúdo; se o meio tem muita audiência, os anunciantes irão sim contemplar que tipo de informações são oferecidas. Vejamos o engano dessa teoria. Para começar, para a publicidade, nem todos os cidadãos são iguais: o que tem mais poder de consumo é mais valioso que aquele que não tem. Um jornal lido por mil executivos não é o mesmo jornal lido por mil indigentes. O *ABC* tinha um anúncio promocional para atrair anunciantes lembrando que é o mais lido por executivos e homens de negócios; o mensal *Mundo Obrero*, do Partido Comunista da Espanha, não acredita que capte muitos anunciantes, lembrando que é o mais lido por sindicalistas ou metalúrgicos que ganham salário mínimo. Por isso, El Corte Inglés anuncia na imprensa e o Carrefour distribui folhetos nas caixas de correio. Não faltaram anunciantes para a revista mensal do colégio de advogados, mas para a revista destinada aos emigrantes equatorianos custará muito mais a conseguir publicidade e com certeza as tarifas de publicidade serão menores. O sistema publicitário atual, em tempos de democracia eleitoral, seria como conviver com um sistema de voto ponderado.

A publicidade também desencadeia uma diminuição do nível cultural dos conteúdos, faz que se convoquem audiências, inclusive apelando aos elementos mais miseráveis da natureza humana. Se prestarmos atenção, comprovaremos que o que os meios vendem não é bom conteúdo informativo. Eles vendem audiência, isto é, nos vendem às agências de publicidade. Uma cadeia de televisão oferece anúncios de 20 segundos mais caros que outra porque a primeira tem como principal valor três milhões de espectadores contra um milhão da outra. Acreditamos que nos oferecem conteúdo, mas, na verdade, oferecem espectadores às empresas anunciantes; o objeto somos nós. Por isso, uma revista semanal dá de brinde um chinelo de verão que vale mais que a revista, porque assim consegue altas cifras de tiragem com as que se oferece – nos oferece – aos anunciantes: “ponha a sua publicidade aqui que tenho meio milhão de pessoas para dar esse folheto de revista”.

Mas, além disso, é falsa a afirmativa de que os anunciantes não têm ideologia. Na primavera de 2008, na Espanha, a fábrica de cerveja Heineken e o grupo de seguros Ocaso retiraram sua publicidade da cadeia de televisão La Sexta em protesto aos seus programas de humor que criticavam a Igreja. Em outras ocasiões, o orça-

mento milionário de um anunciante serve não apenas para se promover, mas também para assegurar-se de que não aparecerão notícias negativas sobre sua empresa. Dificilmente encontraremos uma notícia negativa sobre El Corte Inglés na mídia espanhola, que gasta com publicidade 151 milhões de euros anuais.

É fácil compreender que não podem conviver num jornal um artigo de opinião que peça a nacionalização do sistema bancário se todos os dias há anúncios do Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) que, provavelmente, pode ser também acionista – ou ao menos essa mídia precisará de empréstimo de algum banco. Quando, em 2006, o governo da Bolívia decretava a nacionalização de seus hidrocarbonetos, os editoriais da imprensa espanhola eram duríssimos e coincidiam com o brinde, a cada domingo, de um item de coleção de decoração patrocinado pelo grupo Repsol.

Na América Latina, as televisões a cabo funcionam vendendo espaços da programação e cada produtora deve buscar seus patrocinadores para financiar o seu programa. Quem vai encontrar empresa patrocinadora para um programa que denuncie as violações das multinacionais na Nigéria, a corrupção em Wall Street ou que defenda a diminuição do consumo em busca de um modelo de desenvolvimento sustentável? Se na imprensa existe um suplemento de automóveis, é porque havia uma publicidade potencial de empresas automobilísticas; inclusive foi criada a seção de Obituários quando se viu que havia mercado para a publicação de notas pagas.

Filtro 3: O fornecimento de notícias aos meios de comunicação

O mercado exige a redução de custos, os meios devem rentabilizar ao máximo seus recursos, não podem ter jornalistas e câmeras em todos os lugares. A economia obriga-os a se concentrar nos lugares em que são produzidas as notícias importantes, onde se celebram as entrevistas coletivas e existem poderosos cujas decisões têm grande relevância.

De acordo com um estudo da Universidade Camilo José Cela, de Madri¹⁵, as fontes oficiais ou institucionais representam na rádio 72,4% e, na televisão, 65,88% . Por isso, deixou de vigorar essa afirmação de que notícia é o que alguém não quer que seja, para ser apenas o que alguém deseja que se conheça. Em jornalismo, sabemos que não oferecem a mesma garantia, nem podem ser tratadas da mesma maneira, as fontes que estão ansiosas para contar algo à imprensa e aquelas que desejam ocultá-lo. Não se pode muito menos ter a mesma consideração para com a fonte que faz parte ou tem uma posição afetada pela notícia e por aquela fonte que não é parte interessada do relatado. De cada dez notícias televisivas das principais cadeias espanholas, oito são elaboradas com o conteúdo fornecido por um

informante cujos interesses estão relacionados diretamente com o que conta a notícia. O modelo já está tão corrompido que até o presidente do Partido Popular, Mariano Rajoy, se queixou, em outubro de 2008, que divulgaram uns comentários seus a um membro de seu partido sobre o desfile das Forças Armadas, e pediu aos jornalistas que cumpram com as “regras do jogo”, isto é, que divulguem apenas o que os políticos pedem. Por outro lado, quase 80% das informações (77,77%) são frutos de atos declarativos. Consistem em dar uma versão da versão que alguém dá sobre algo. A televisão fala do que se fala, não do que ocorre. Não há fatos. Reina o ruído. Esse é o menu principal. A cada dia, nas horas que antecedem a emissão dos informativos das cadeias espanholas, milhares de jornalistas – milhares deles dispostos a não reclamar para não perder o emprego – esperam, com as câmeras já montadas sobre os tripés, que a realidade surja na data, na hora e no lugar previstos. Coletivas de imprensa, atos oficiais, declarações após a reunião do conselho... É o domínio informativo das fontes organizadas sobre o que a professora de jornalismo da Universidade Rey Juan Carlos, Concha Mateos, denomina de jornalismo modificado geneticamente¹⁶.

Para os meios, é muito caro ter um jornalista durante semanas investigando um tema em comparação com a facilidade que é tê-lo reescrevendo notas de imprensa, transcrevendo declarações públicas ou clonando teletipos. A imprensa regional é o exemplo mais claro e qualquer jornalista local sabe qual é a sua rotina de trabalho: o redator chefe ou o chefe de seção repassa notas de imprensa ou convocações de coletivas de imprensa, escolhe as fontes que mais se encaixam na sua linha editorial e envia os redatores para fazer o *tour* com o gravador. Volta para a redação à tarde e se dedica a transcrever “o peixe” que cada uma das fontes lhe vendeu. Para a informação nacional e internacional, são observados os teletipos, são escolhidos os que se ajustam ao perfil do meio e o reproduzem. Do mesmo modo, a vida política e social se ajusta perfeitamente ao modelo, os meios emitem notas de imprensa, boletins médicos sobre o estado dos famosos quando estão doentes, os políticos passam para as salas de imprensa suas posições mais do que nas instituições, e as partes dos julgamentos dão mais explicações e detalhes à mídia do que aos juízes. Os jornais se transformam assim em quadros de avisos, mas com conteúdos filtrados pelos executivos.

Mas também há “peixes” e “peixes” na hora de se vender. Para o meio será mais crível e cômodo reproduzir um belo dossiê de imprensa, todo colorido com gráficos de barra e pizza, de uma importante empresa (naquele momento talvez anunciante ou acionista) que pode ser entregue talvez num suntuoso almoço de trabalho, do que uma nota de imprensa precariamente escrita por uma assembléia de traba-

lhadores na qual denunciam a falta de pagamento de hora-extra. Os moradores de um bairro que serão desalojados de suas residências não terão ao menos uma boa agenda de meios, com fax e correios eletrônicos para os quais enviar uma nota impoluta convocando-os para uma coletiva de imprensa em uma sala acarpetada e iluminada onde instalar as câmeras de televisão. Devem se meter em uma briga com a polícia para que os meios se lembrem deles.

Por outro lado, os meios oficiais sempre possuem uma auréola de veracidade e neutralidade que seduz os jornalistas. Um comunicado de uma guerrilha levanta mais dúvidas sobre a autenticidade de seu conteúdo do que uma coletiva de imprensa do ministro da Defesa. Ainda que ao final não deixemos de comprovar que as maiores mentiras sobre a realidade internacional saíram da sala de imprensa da Casa Branca e até terminariam sendo reconhecidas pelo ex-ministro porta-voz de Bush. Os poderosos possuem orçamentos milionários para difundir as suas informações, contratam legiões de jornalistas em seus gabinetes de comunicação, preparam imagens de arquivo magníficas que enviam às televisões e levam jornalistas encaixados para contar a sua versão. A nossa polícia convida jornalistas para suas ações, para que os acompanhem no carro de patrulha, mas o fotógrafo Clemente Bernard, que fotografou e acompanhou os grupos de *kale borroka* (ações de guerrilha urbana) em Euskadi foi acusado de cumplicidade com o terrorismo, assim como o câmera de Al Jazeera, Sami al-Haj, que ficou encarcerado em Guantánamo durante seis anos por ter entrevistado Bin Laden.

A tudo isso se deve acrescentar a infiltração de especialistas como analistas nos meios. Muitos desses supostos “analistas objetivos” estadunidenses têm vínculos com as mais influentes empresas de defesa do país e representam centenas de contratados militares, seja na qualidade de consultores, executivos ou membros de seus conselhos diretivos.

ESCOLHER TEMAS
QUE DEVEM NOS
INTERESSAR É MAIS QUE
NOS IMPOR UMA
IDEOLOGIA. SUPÕE
SUBSTITUIR A REALIDADE
EM UM
MUNDO EM QUE AS
RELAÇÕES SOCIAIS TÊM
DIMINUÍDO MUITO EM
FAVOR DE NOSSO PAPEL
COMO CONSUMIDORES
DE MÍDIA.

Filtro 4: As “contramedidas” e corretivos diversos como método para disciplinar os meios de comunicação

Importantes *lobbies*, fundações e grupos de poder político ou empresarial têm capacidade organizacional, financeira e política suficiente para organizar campanhas de pressão contra veículos de comunicação ou jornalistas que saem da linha dominante. É o que aconteceu durante a era McCarthy nos Estados Unidos. Lá, existem fundações criadas com o único objetivo de iniciar campanhas de pressão contra os meios rebeldes. Há aquelas ligadas a empresas de petróleo que fazem *lobby* contra as informações sobre o aquecimento global, empresas de tabaco frente às acusações de doenças relacionadas ao consumo de cigarros, ou farmacêuticas que pressionam os meios que difundem notícias sobre os efeitos colaterais de medicamentos ou a ausência de valor terapêutico. Para a maioria dos meios, é mais rentável e menos problemático acatar essas pressões que enfrentar esses *lobbies*. O resultado é que as informações procedentes de organizações sociais pobres, grupos de trabalhadores organizados de forma precária, ou coletivos de direitos humanos com baixo orçamento não satisfazem as exigências desses filtros e são depurados dos meios de comunicação.

O QUE NOS CONTAM ACONTECE?

Os meios mentem? Sem dúvida, a mentira é frequente, como veremos ao longo deste livro, mas não é excessiva porque os meios sabem que o seu abuso, à medida que muitas vezes é descoberto, faz com que percam uma credibilidade muito difícil de recuperar. Os meios não apenas tentam nos dizer o que é importante e como aconteceu, mas além disso também devem nos convencer de que acertam em sua escolha e não mentem. Portanto, se arriscam muito se a falsidade é descoberta.

Os mecanismos de desinformação e manipulação são mais complexos que a mentira grosseira. O historiador e analista de meios de comunicação Michael Parenti, considera que a propaganda mais eficiente se baseia no ambiente mais do que na falsidade. Ao torcer a verdade, mais que violá-la, utilizando ênfase e outros adereços auxiliares, os comunicadores podem criar uma impressão desejada sem recorrer ao pronunciamento explícito, e sem se afastar demais da aparência de objetividade. O ambiente é conseguido mediante a forma como as notícias são envolvidas, a extensão da exposição, a localização (primeiro plano ou enterrada no interior, artigo principal ou último), o tom da apresentação (atitude aberta ou pe-

jorativa), as manchetes e fotografias e, no caso dos meios audiovisuais, os efeitos da imagem e do som¹⁷.

O mundo dos meios se retroalimenta constantemente. A obsessão pela competitividade é tal que, em muitas ocasiões, se esquecem da realidade para se dedicar, todos ao mesmo tempo, a competir pela mesma notícia. É algo assim como a contra-programação que as cadeias de televisão fazem nos temas não relacionados com os noticiários. Todos querem explorar a mesma suposta notícia convencidos de que quem não a encontrar será cortado do pelotão. De forma que, embora em um determinado momento estejam acontecendo no mundo vários eventos, todos os meios estarão devotados ao mesmo.

Por isso, durante uma semana, uma crise de fome na África ocupa a capa dos jornais e abre os noticiários de televisão e, na semana seguinte, desaparece da atualidade, como se a fome nesse país também tivesse desaparecido. Kapuscinski detalha vários casos:

A crise que teve origem em 1979 pela captura de reféns estadunidenses no Teerã é um exemplo. Ainda que, na prática, não passasse nada na capital do Irã, milhares de enviados especiais vindos de todo o mundo permaneceram durante meses na cidade. A mesma matilha se deslocou, anos mais tarde, para o Golfo Pérsico, durante a guerra de 1991, apesar de nada poderem fazer porque os estadunidenses proibiam qualquer um de se aproximar da frente. No mesmo momento, ocorriam acontecimentos atrozes em Moçambique e no Sudão; mas isso não emocionou ninguém porque a matilha estava no golfo. Em dezembro de 1991, durante o golpe de Estado, a Rússia teve direito às mesmas atenções. Enquanto os fatos realmente importantes, as greves e as manifestações aconteciam em Leningrado, o mundo ignorava porque os enviados de todos os meios não saíam da capital, esperando que ocorresse algo em Moscou, onde reinava uma calma absoluta¹⁸.

Pensemos nos dias que seguiram à doença que retirou Fidel Castro do poder, em agosto de 2006. O governo cubano viu como dispararam os pedidos de credenciamento para enviados especiais que esperavam uma convulsão no país. Não deixavam de aparecer analistas e reportagens sobre uma Cuba onde nada acontecia. O resultado é que os conflitos do mundo, em seu reflexo na comunicação de massas, tão logo aparecem e ocupam as prioridades informativas como desaparecem. Tudo isso como resultado mais de dinâmicas internas dos meios e poderes interessados do que da verdadeira transcendência informativa do assunto. Txente Rekondo, do Gabinete Basco de Análise Internacional (GAIN), destaca que um dos maiores conflitos silenciados pelos meios é o dos povos indígenas em qualquer parte do mundo

(América Latina, Ásia ou África são os exemplos claros). Os conflitos do chamado “primeiro mundo” também têm que sofrer uma clara distorção, sobretudo porque se são propostas mudanças estruturais que afetam as bases do sistema, este, através dos meios de comunicação, empregará todo o seu potencial para desacreditar ou ocultar as demandas desses movimentos.¹⁹

A necessidade de rentabilizar os recursos humanos provoca uma redução do número de correspondentes estáveis e conhecedores do país, e a mobilidade dos enviados especiais é enorme para aumentar sua produtividade. Ainda, em alguns casos, nem são deslocados para informar alguma notícia de uma região que pode estar a milhares de quilômetros. Em maio de 2008 pude comprovar isto através da crônica de um jornalista²⁰ que detalhava a felicidade dos impulsores do referendo de Santa Cruz (Bolívia) e o relato de que “centenas de pessoas se reuniam na praça 24 de setembro da capital de Santa Cruz para receber o seu líder e coroar” a sua vitória [...] “empunhando bandeiras bolivianas e as verdes e brancas autonomistas”. O impressionante é que a matéria estava assinada pelo “correspondente em Havana”, e fora escrita de lá. O analista do Afeganistão, Marc W. Herold, explicava a diferença que se percebia em uma situação segundo se esteja no lugar dos fatos ou “informando-se” pelos meios:

As pessoas comuns afegãs sofrem todos os dias a ferocidade e a barbárie da obsessão moderna pelo controle, enquanto aqui [referindo-se aos Estados Unidos], a invasão e a guerra dos EUA são consumidas como um espetáculo, como uma mistura de imagem e realidade, como na hiper-realidade baudrillardiana, em que a imagem já não representa a realidade. Aqui, a guerra é consumida como algo eletrônico, pré-programado, algo que se combate na tela da televisão. As notícias do telejornal são um engano premeditado.²¹

É importante a tese do filósofo francês Jean Baudrillard, segundo a qual acontecimentos como os atentados de 11 de setembro supõem um “excesso de realidade”²² que causam tal comoção que os cidadãos, em especial os estadunidenses, não conseguem buscar a conexão entre essa realidade e seu entendimento. Antes que possamos racionalizar de maneira serena o que ocorreu, rapidamente os meios se encarregam de nos proporcionar a interpretação, aproveitando nossa convulsão para nos oferecer a sua leitura do mundo. De um modo semelhante se pronunciava o escritor satírico e crítico austríaco Kart Graus, afirmando que “enquanto o jornalista matava a nossa imaginação com a *sua* verdade, ameaçava as nossas vidas com suas mentiras”²³. O escritor Santiago Alba relata com ironia:

“Enquanto nos distraímos vendo pela televisão como os EUA bombardeiam o

Iraque, matam seus filhos e se apoderam do seu petróleo, os EUA aproveitam para bombardear o Iraque, matar seus filhos e se apoderar do seu petróleo. Ou será o contrário? Enquanto os EUA bombardeiam o Iraque, matam seus filhos e se apoderam do seu petróleo, nós nos distraímos vendo pela televisão como os EUA bombardeiam o Iraque, matam seus filhos e se apoderam do seu petróleo”.²⁴

A última razão para compreender a linha informativa dos meios procede, como em tantas coisas, de quem tem o poder no mundo. Isso é claramente denunciado pelo escritor britânico Tariq Ali:

“As sociedades da desinformação (incluídas as cadeias controladas pelo Estado, como a BBC e a ABC) formam uma camada importante do pacote imperial que oprime o mundo. A dicotomia amigo/inimigo, crente/herexe apoiada pela Casa Branca e o Consenso de Washington²⁵ preside a corrente dominante na cobertura informativa dos meios.”²⁶

Desta forma, “para a grande maioria dos jornalistas do Ocidente, há um critério principal para avaliar um regime: não é o seu caminho no campo dos direitos humanos, mas se o Estado em questão é um amigo ou inimigo do Consenso de Washington”²⁷. Assim, como descobriremos ao longo desta obra, os direitos humanos ou a democracia se utilizam dos meios de comunicação de forma absolutamente desigual e interessada na hora de informar sobre os países. Nenhum governo respeita esses direitos de forma absoluta e nenhum sistema é uma democracia perfeita. Criticar uns e absolver outros se transforma no tratamento desigual mais desinformador de nossos meios. Algumas denúncias sobre a violação dos direitos humanos, ainda que sejam mentiras, se transformam em injustiças tão grandes que seria algo assim como denunciar o vizinho que dá uma palmada no filho enquanto nos calamos sobre aquele que joga-o pela janela. Em outras ocasiões é muito eloquente como os meios oscilam no trato a um líder político quando ele deixa de ser crítico com o poder dominante para ser submisso, o nível de agressividade nos meios diminui de forma eloquente embora continue com as mesmas violações de direitos humanos ou fraudes eleitorais.

Há vários anos, diversos professores de comunicação estadunidenses elaboraram o Projeto Censurado, mediante o qual relatam ano após ano as questões, temas e problemas que os grandes meios de informação do país apenas tratam ou ocultam descaradamente. Seu diretor, Peter Phillips denuncia que “os meios nos Estados Unidos são negócio do entretenimento. Todos os dias, o grande público sabe mais das desavenças de Britney Spears ou Brad Pitt que da presença do exército dos EUA no Afeganistão ou no Iraque”.²⁸ Os resultados dessa investigação de quase

uma centena de professores e estudantes descrevem os 25 temas mais censurados pelos grandes meios estadunidenses. Questões que afetam de uma forma ou de outra a maioria dos cidadãos dos EUA, mas que são escamoteadas informativamente. Nesse estudo descobrimos, por exemplo, que nem o FBI nem o governo dos Estados Unidos apresentaram denúncias contra Bin Laden; que há escravos que constroem a embaixada estadunidense no Iraque, e que há mais emigrantes que vão dos Estados Unidos para o México do que ao contrário como destacam os meios. Disso tratam algumas das 25 investigações jornalísticas que os grandes meios de imprensa não cobriram durante 2006 e 2007, que foram publicadas em meios alternativos da internet, rádio e televisão; agora o Projeto Censurado reuniu-as num livro.

Como indicamos anteriormente, Peter Phillips também recorda que o novo poder econômico-midiático nem ao menos vende mais informação aos cidadãos, mas sim vende consumidores (audiências) às empresas publicitárias. E cria ideologia, sem dúvida. Nem tanto por mentir ao informar, mas sim porque banaliza, distorce e, sobretudo, oculta. A sensação de fraude que se percebe nos grandes meios levou inclusive a que alguns jornalistas, mesmo desde seu mais raivoso anticomunismo, chegassem a reconhecer que, por exemplo, nos meios cubanos não submetidos à dinâmica dos ocidentais, são abordadas temáticas silenciadas nos grandes meios. Depois do anúncio da doença de Fidel Castro, a colunista de *El País*, Maruja Torres, nos conta a sua experiência como espectadora da Cubavisión já liberada, segundo ela, da onipresença de Fidel Castro:

“Por Júpiter, não seria possível que em tal cadeia pudesse encontrar informações abundantes sobre a invasão do Líbano por Israel, e por ali também, como quem não quer nada, algo sobre Gaza, algo sobre o Iraque, algo sobre o Afeganistão, chegando assim até os últimos ângulos das escavações mais recentes? Dito e feito. Conectei no canal mencionado e presenciei uma Mesa Redonda magistral, com informações de que somos desprovidos aqui porque nos vê diretamente influenciadas pelos *lobbies* sionista/fundamentalistas dos Estados Unidos.”²⁹

ENQUANTO NOS
DISTRAÍMOS VENDENDO
PELA TELEVISÃO COMO OS
EUA BOMBARDEIAM O
IRAQUE, MATAM SEUS
FILHOS E SE APODERAM
DO SEU PETRÓLEO, OS
EUA APROVEITAM PARA
BOMBARDEAR O IRAQUE,
MATAR SEUS FILHOS E SE
APODERAR DO SEU
PETRÓLEO.

É mais comum recorrer aos silêncios do que não interessa ou desinflar os assuntos importantes dividindo-os ou baixando o seu nível informativo. Tom Engelhardt dirige *Tomdispatch.com*, um dos meios alternativos na internet mais lidos nos Estados Unidos. Engelhardt comentava que “a grande história desviada dos anos de Bush em Washington foi a expansão do Pentágono”.³⁰ Ainda que o tema seja abordado de forma fragmentada e tangencial (aumento do orçamento militar, tráfico de armas, aumento de bases militares), nunca se apresentou com o grau de protagonismo informativo que merecia. Não se encontra isso em nenhum site! Simplesmente não aparece, apesar de ser um dos dois ou três aspectos mais impactantes do que aconteceu nos Estados Unidos nos anos de Bush.

SEM CONTEXTO NEM ANTECEDENTES

O doutor em Ciências da Informação Vicente Romano destaca que “a informação se apresenta descontextualizada, isto é, incompreensível. Alguns números são oferecidos, mas outros são calados. São apresentados determinados fatos e não se discutem os motivos nem as condições sociais que os provocam”.³¹

Ignacio Ramonet considera que “cada vez mais, o discurso, a mensagem jornalística é mais simples, mais fácil. Uma mensagem simples quer dizer que vai utilizar muito poucas palavras, um número de palavras muito limitado. Digamos que se o léxico do castelhano tem, por exemplo, 30 mil termos, cada vez mais os meios de informação vão utilizar apenas 800 palavras para que todo mundo entenda. Com a ideia de que se deve expressar de maneira muito fácil, muito simples, porque tudo o que é raciocínio complexo, tudo o que é raciocínio inteligente, fica muito complicado e sai do sistema de informação tradicional. Há uma forte vontade de simplificação, e a simplificação mais elementar é a concepção maniqueísta das coisas: qualquer problema se transforma em um problema simples de apenas dois termos: o bem e o mal, o branco e o preto”.³² O resultado é que um assunto tão complexo como a geopolítica internacional, por exemplo, é interpretado nos termos de bem e de mal. Em qualquer debate já não se entra em considerações que possam acen-

tuar a complexidade de alguma situação, a necessidade de períodos de adaptação etc. Os matizes são suprimidos. Raciocina-se digitalmente: zeros e uns. Tudo o mais é para “intelectuais”. O resultado é que “a fé na informação se dilui em muitas notícias que são esquecidas ao final de uma ou duas horas e com as quais o receptor não sabe o que fazer porque não está em condições de compreender a sua origem, o seu alcance, nem o seu significado”.³³

Por outro lado, a agitada dinâmica informativa que rende culto ao imediato produz no público a sensação de ter entrado num cinema com o filme começado, ou de passar a assistir uma novela cujos primeiros capítulos foram perdidos. Os conflitos ou articulações internacionais partem de antecedentes e de uma história que é omitida pela notícia quente. Se adicionarmos a isso a ausência de tantos elementos que incidem no panorama e são ignorados, que também são desconhecidos pelo próprio jornalista, o resultado é uma informação que impede que o cidadão compreenda a notícia em sua amplitude. Nossas televisões acreditam que só com a transmissão da derrubada de uma estátua de Saddam Hussein, as imagens da queda do muro de Berlim ou as confusões em uma reunião do Fundo Monetário Internacional estão cumprindo com a sua função social de nos informar. Nada mais distante do que se entende por estar informado. O predomínio da imagem também contribuiu para erradicar da informação os antecedentes, o contexto e o raciocínio. As cadeias de televisão enviam hoje um jornalista para os jogos olímpicos, e amanhã esse mesmo profissional informa *in situ* as eleições na Libéria e, em seguida, uma assembleia de cúpula da OPEP ou o casamento de alguma realeza europeia. É impossível que esse profissional consiga todos os pontos da notícia porque, além disso, deve começar a informar poucas horas após a sua chegada ao local dos fatos. A teoria das televisões é que basta levar nossos olhos ao local da notícia e pegar com o microfone o depoimento de um indivíduo que passa por ali para compreender os acontecimentos. Confundem o testemunho ocular com a interpretação da realidade: “o objetivo não é fazer compreender uma situação, mas fazer com que assistam a um acontecimento”.³⁴

Ryszard Kapuscinski comenta um episódio, no México, onde se encontrou com um de seus amigos que trabalhava para as cadeias de televisão estadunidenses. Estava a ponto de filmar confrontos entre estudantes e a polícia. “O que está acontecendo, John?”, perguntou Kapuscinski a ele. “Não tenho a menor ideia.” – respondeu sem deixar de filmar. “Não faço mais que gravar; me contento em tomar as imagens; depois, as envio para a emissora, que faz o que quer com esse material”. Como dizia o jornalista argentino Ezequiel Fernández-Moores, “estamos informados de tudo, mas não nos inteiramos de nada”³⁵. Kapuscinski recordava o seguinte:

A ignorância dos enviados especiais sobre os acontecimentos que estão encarregados de descrever é, às vezes, surpreendente. Quando das greves de Gdansk, em agosto de 1981, que deram origem ao sindicato Solidarnosc, a metade dos jornalistas estrangeiros que chegavam à Polônia para cobrir o acontecimento não sabia localizar Gdansk (o antigo Dantzig) no mapa. Sabiam menos ainda sobre Ruanda quando dos massacres de 1994: a maior parte deles pisava pela primeira vez no continente africano (vindo em aviões fretados pela ONU) e desembarcaram diretamente no aeroporto de Kigali, sem mesmo saber onde se encontravam. Quase todos ignoravam as causas e as razões do conflito. Mas o defeito não é culpa dos repórteres. Eles são as primeiras vítimas da arrogância de seus patrões, dos grupos de mídia e das grandes redes de televisão. “O que mais podem me exigir?” – me dizia recentemente o cinegrafista de uma grande cadeia de televisão estadunidense: “Em uma semana, tive que filmar em cinco países de três continentes diferentes”.³⁶

Na análise mundial que fazemos ao longo desta obra, incluímos algumas páginas de relato dos antecedentes e contextos sobre cada tema, apesar de sua brevidade e pretensão mínima; muitos leitores ficarão surpresos com sua falta de conhecimento a respeito de assuntos sobre os quais recebiam informações todos os dias e acreditavam estar informados. Os meios apresentam os problemas mundiais de uma forma suficientemente superficial para que os cidadãos não possam refletir, e muito menos deduzir, sobre os motivos e as origens das tragédias ou conflitos. O sacerdote brasileiro Helder Camara dizia que quando ajudava aos pobres, o chamavam de santo, mas quando explicava os motivos da pobreza, o chamavam de comunista. Nos meios poderíamos dizer que ocorre algo parecido. Quando se informa sobre o drama da pobreza, os meios prestam atenção, mas quando se tenta explicar os mecanismos mediante os quais esses pobres são criados e poucos enriquecem, o silêncio da mídia é absoluto.

Seguindo com esse mesmo tema da pobreza, Ryszard Kapuscinski destacava que a primeira manipulação consiste em apresentá-la como sinônimo do drama da

A DINÂMICA
INFORMATIVA, QUE
RENDE CULTO AO
IMEDIATO,
PRODUZ NOS PÚBLICOS A
SENSAÇÃO DE TER
ENTRADO EM UM
CINEMA COM O FILME
COMEÇADO.
OS CONFLITOS PARTEM
DE ANTECEDENTES
OMITIDOS PELA NOTÍCIA
QUENTE.

fome. A fome aparece nos meios em determinados momentos e em regiões concretas, sendo apresentada, assim, como uma questão local, mas é mais global que a ausência da fome, uma vez que dois terços da humanidade vivem na miséria. Essa miséria é apresentada como um dado estatístico que se assume como um parâmetro a mais a medir em uma situação inevitável. Além disso, os meios sempre tendem a associá-la ao clima, a calamidades como a seca ou inundações e, às vezes, também às guerras, e não a uma divisão desigual das riquezas do mundo. As televisões apresentam como acertada e generosa a reação de enviar às regiões em crise os excedentes alimentícios de que dispõem os países ricos. Em troca, não se cria um debate sobre a necessidade de erradicar a miséria mundial e criar modelos de desenvolvimento que acabem com a fome num mundo que produz alimentos suficientes para toda a humanidade. Assim, a mídia informou com toda a sua humanidade sobre dois megaconcertos simultâneos, em 17 de maio de 2008, no México e em Buenos Aires, para conscientizar as pessoas sobre a importância de lutar contra a pobreza infantil na América Latina. A entidade organizadora do evento recordava em seu site que de 32 a 54 milhões de crianças latino-americanas de cinco anos de idade ou menos vivem na pobreza. No entanto, os que davam a informação sobre o acontecimento como exemplo de solidariedade não encontravam nenhuma ironia no fato de seus organizadores serem: o segundo homem mais rico do mundo com 59.000 milhões de dólares (Carlos Slim), o presidente da Televisa, um dos empresários mais ricos e influentes da América Latina, com uma fortuna estimada em 1.700 milhões de dólares (Emilio Azcárraga), um grande empresário do jogo e de apostas (Alejandro Soberón Kuri), e a cantora Shakira, cuja fortuna é de 66 milhões de dólares. Todos eles criaram uma fundação que organizou o concerto no paraíso fiscal do Panamá, para não pagar impostos. A ninguém ocorreu associar esses concertos a outra notícia desse mesmo dia, uma denúncia da organização Christian Aid que revelava que a cada dia há a evasão de 50.000 milhões de dólares em impostos da América Latina, com os quais “a cada dia se poderia salvar a vida de 300 crianças menores de cinco anos”.

Este foi um exemplo de tratamento noticioso habitual que incluía como elementos informativos a apresentação da pobreza como um número e a existência de um concerto como forma de luta, sem nem ao menos recolher fundos porque o concerto era gratuito, enquanto se ignorava que crianças pobres passam fome porque alguns são enormemente ricos e, precisamente esses ricos, organizam concertos publicitários em nome dessa pobreza, enquanto evitam pagar impostos que poderiam diminuir a fome. A descontextualização das notícias tem como função conseguir que um cidadão se informe desses acontecimentos, mas nunca os associe.

Vejamos outro caso de empobrecimento informativo por ausência de contexto. É habitualmente aceito que o comunismo chinês foi responsável pela escassez que sacudiu o país entre os anos de 1958 e 1961. Os economistas Jean Drèze e Amartya Sen (prêmio Nobel de Economia) calcularam que, partindo de condições básicas semelhantes, a China e a Índia seguiram diferentes caminhos de desenvolvimento e a diferença entre os sistemas sociais dos países, especialmente no que diz respeito à atenção sanitária, resultou em 3,9 milhões de mortes adicionais na Índia. Isso significa que “a Índia gera mais cadáveres a cada oito anos do que os que a China gerou em seu período de escassez”.³⁷ No entanto, assim como as primeiras são atribuídas ao comunismo, a ninguém ocorre falar da escassez do capitalismo ou da democracia na Índia. Esses são os elementos que nunca se relacionam e que impedem que o cidadão avalie de maneira justa os acontecimentos, atuais e históricos.

Tudo isso se agrava quando se trata da televisão. A linguagem audiovisual não apenas não complementa a escrita, como também neutraliza o raciocínio que a linguagem escrita poderia despertar. O produto televisivo – com suas imagens e sons previamente elaborados e reunidos na produção – tem como objetivo despertar emoções “ignorando” o intelecto. Dessa forma, a mensagem pode despertar o ódio, o drama, a indignação, a rejeição ou a compaixão diante de uma suposta situação informativa sem que se tenha acionado o mecanismo intelectual que nos permita compreender o que está acontecendo na tela. Algumas determinadas imagens com som podem fazer um líder político passar por estúpido ou outro por carismático sem que tenhamos a oportunidade de escutar uma reflexão sua profunda e extensa o suficiente para avaliá-lo adequadamente. Uma cena dramática pode despertar-nos ódio por um determinado bando em conflito sem que tenhamos a mínima ideia de qual é a diferença que enfrenta.

Como destaca Ignacio Ramonet, se essa emoção que sentimos vendo o telejornal é verdadeira, a informação é verdadeira. Isto é, é estabelecida outra equação simples entre o sentimento emocional e a crença de verdade. A imagem em movimento sobre um fato noticioso consegue que o espectador acredite na notícia e a assuma como verdade, sem que possa chegar à diferença entre a realidade e a cons-

O EMPOBRECIMENTO
INFORMATIVO TAMBÉM
OCORRE POR AUSÊNCIA
DE CONTEXTO. A
DESCONTEXTUALIZAÇÃO
DAS NOTÍCIAS
TEM COMO FUNÇÃO
CONSEGUIR QUE
UM CIDADÃO SE
INFORME DESSES
ACONTECIMENTOS, MAS
NUNCA OS ASSOCIE.

trução da realidade. O meio televisivo tem a capacidade de transformar em verdade, através da emoção, o que mostra em imagens.³⁸ O culto à imagem pode levar a programas do estilo do norte-americano *The World in a Minute* (O mundo em um minuto), que consiste na estupidez de passar sequências curtas de imagens da atualidade que representam apenas o caos, no mais puro estilo videoclipe, e através das quais ninguém pode compreender nada do que acontece no mundo.

Outra questão importante é que a dependência do vídeo implica em eliminar certas notícias da pauta pela única razão de não dispor de imagens espetaculares. Ou, ao contrário, incorporar ao noticiário conteúdos cujo único mérito é contar com uma imagem sugestiva e espetacular. Desta forma, o protesto de um indivíduo colocando fogo no corpo diante das escadas do Capitólio será notícia apenas se for capturada por uma câmera de televisão, quando o fato noticioso será o mesmo, provido ou não de imagens. Minha experiência na Telesur permitiu comprovar a tragédia de pretender informar na televisão os acontecimentos que os grandes meios ignoram. Se a internet nos permitiu tomar conhecimento de forma instantânea e gratuita do assassinato de um defensor dos direitos humanos numa aldeia da Colômbia, e assim poder informar por escrito ou por rádio em poucos minutos, a televisão expulsa esse tipo de informação quando não dispõe de imagens para ilustrá-la. É uma aberração, porque a transcendência informativa da notícia deveria ser a mesma; no entanto, o formato audiovisual termina com os critérios racionais de avaliação do fato noticioso. Se alguns madeireiros estão assassinando indígenas de um lugar remoto do Amazonas, por mais que se disponha da informação, não poderá ser notícia televisiva se não se deslocar até lá uma equipe de televisão, algo provavelmente descartado pelo departamento orçamentário de qualquer canal. Certamente, as grandes agências também não o farão, e por isso é que por essa via as imagens nunca chegarão. De forma que os conteúdos audiovisuais não dependem apenas da agenda estabelecida pelo próprio meio, mas também das grandes agências, que são as que têm a capacidade econômica e logística para enviar o operativo necessário. Por outro lado, um tema abstrato, por exemplo, uma determinada tese filosófica premiada por uma universidade de grande reputação, não será abordado pela televisão pela dificuldade, ou impossibilidade, de ser representado em imagens.

A simplificação da mensagem televisiva terminou contaminando a política. É normal que o cidadão perceba que todos os políticos são iguais em campanha eleitoral, pois não se pode variar muito a mensagem numa declaração de 20 segundos.

A LINGUAGEM

Embora deslocada pela emotividade da imagem, que permite muito mais margem para a desinformação, a linguagem continua sendo o pilar e a ferramenta básica que serve de suporte para a mensagem que é enviada aos públicos. Uma das estratégias dos meios de comunicação nas democracias, contra as ditaduras, é o uso da linguagem para aparentar informação quando se está opinando, neutralidade quando há parcialidade e distanciamento quando o meio está se envolvendo. O sistema consiste em que o leitor tenha sempre a sensação de que está recebendo uma informação não infectada, virginal, que quase não passou pela mão humana. Esse formato contrasta com o do jornalismo militante, a serviço de um ideário e alguns valores, cujo abuso dos qualificativos, das avaliações e a ausência de dados levou-o ao desprestígio. O modelo dominante aprendeu a importância de entrar em nossas mentes com a bandeira da imparcialidade e da neutralidade. A propaganda mais eficiente sempre é distribuída como informação, ou está oculta sob a aparência de informação, dado que as melhores técnicas de manipulação incluem que o sujeito não as perceba como tais e pense que age de acordo com seu próprio critério.³⁹

A linguagem é o que se diz, mas também o que expulsa. O catedrático de Economia da Universidade de Barcelona, Vincenç Navarro, é também professor de Políticas Públicas nos Estados Unidos. Navarro chama a atenção sobre como se reflete, na linguagem dos meios, “uma interpretação da estrutura social que assume que as classes sociais estão desaparecendo”. Desta forma, “termos e conceitos

como burguesia, pequena burguesia, classes médias e classe trabalhadora desapareceram praticamente da linguagem política e do jornalismo espanhol". Falar de classes sociais e de lutas de classes, por exemplo, é se transformar em objeto de zombaria, vulnerável à acusação de ser "antiquado". Em seu lugar, destaca Navarro, a nova linguagem agrupa o cidadão conforme a sua raça, grupo étnico e/ou cultural, gênero, grupos etários e outras categorias biológicas, culturais ou étnicas. A luta de classes foi substituída em tal linguagem pela luta entre gêneros, raças, grupos etários, grupos nacionais(,) etc.⁴⁰ O programa de humor *El Intermedio*, apresentado por Gran Wyoming na emissora espanhola La Sexta, teve uma ideia magnífica, até então impensável. Dedicou-se a recolher na rua declarações dos transeuntes sobre os temas da atualidade, separando as provenientes de um bairro rico das de um bairro pobre. As respostas eram diametralmente opostas, o que confirma que muito mais importante talvez que a raça, a idade ou o sexo, na hora de diferenciar os cidadãos como grupos de opinião, era a classe social, a tal divisão já banida pelos meios de comunicação.

O abuso sobre a linguagem levou o escritor Eduardo Galeano a destacar, com sua ironia habitual, que quando dizem "missão humanitária", deveriam dizer "missão publicitária"; quando citam "efeitos colaterais", insinuam "benefícios colaterais"; "imperativo moral", deveria ser entendido como "impunidade do poder"; com "erros", se referem a "horrores" e "império da lei" é simplesmente "império".⁴¹

Michael Parenti explica o que denomina "uso arbitrário de etiquetas" por parte dos meios. Segundo a sua tese,⁴² o objetivo é formar de antemão a nossa percepção através da distribuição de uma etiqueta positiva ou negativa para as questões sobre as quais nos informam. Para os movimentos que repudiam, recorrem a etiquetas do tipo "guerrilhas esquerdistas", "terroristas islâmicos", "teorias conspirativas", "ganges urbanas" e "distúrbios civis", sem se incomodar em situá-los no contexto necessário que nos permita saber o que reivindicam ou qual é a sua forma de protesto. Os meios denominam "linha dura" os setores que resistem a acatar as linhas do poder dominante. *The New York Times*⁴³ utilizou 11 vezes a expressão "linha dura" para descrever os dirigentes servo-bósnios que se opuseram ao fechamento de sua estação de rádio quando a OTAN exigiu.

O curioso é que o profissional perdeu a percepção de que o uso dessa determinada linguagem implica em adotar um posicionamento ideológico. Acredita, ainda, que renegar a ele e recorrer a um vocabulário próprio o deixaria em evidência como opinante quando deveria se limitar a informar, e é exatamente o contrário, está editorializando quando a utiliza, mas ninguém o considera assim porque é a linguagem generalizada entre a classe política dominante, as grandes agências e, em geral, de

todo o modelo político-informativo vigente. Chegou-se a uma situação em que questionar as afirmações do oficialismo é percebido como um trabalho ideológico inapropriado para a neutralidade informativa, enquanto que repetir as versões oficiais é sim considerado imparcialidade.

Observaremos o uso e abuso do termo “terrorista” por parte dos meios de comunicação. Embora seja compreensível que os participantes dos conflitos recorram a esse termo de forma habitual para estigmatizar o contrário, o inquietante é a facilidade com que os meios se incorporam da subjetividade que supõem em seu uso. Noam Chomsky, ao ser perguntado sobre a idoneidade do uso dessa palavra, respondeu que os meios deveriam usá-la, mas em sua definição legítima. Portanto, se os EUA estão cometendo o terrorismo contra a Nicarágua e são condenados pela Corte Internacional, assim deveriam cobrir. Os EUA lançaram o terrorismo massivo contra Cuba, como no caso da operação Mangosta, na era Kennedy, assim o descrevamos.⁴⁴

É evidente que o uso sugerido por Chomsky não é o habitual em nossos meios. Sem dúvida é um debate necessário e urgente. A linguagem também é utilizada para ofuscar as origens e as razões dos acontecimentos. Não apenas o discurso ignora esses elementos, mas, além disso, tenta afastá-los para que o público não tenha a tentação de perguntar sobre eles. Podemos encontrar expressões como “os combates explodiram na região”, como se fosse um processo da Física, sem nenhuma origem nem motivo; “morreram quatro pessoas nos tumultos”, mas não morreram, alguém as matou em determinadas circunstâncias que se terá que explicar. São comuns expressões do tipo “nossa economia está em crise” ou “a fome aumenta”, mas não explicam que alguém ou algo levou a essa crise e alguma razão existe para que as pessoas não tenham o que comer.

UMA DAS ESTRATÉGIAS
DOS MEIOS DE
COMUNICAÇÃO NAS
DEMOCRACIAS, CONTRA
AS DITADURAS, É O USO
DA LINGUAGEM PARA
APARENTAR INFORMAÇÃO
QUANDO SE ESTÁ
OPINANDO,
NEUTRALIDADE QUANDO
HÁ PARCIALIDADE E
DISTANCIAMENTO
QUANDO O MEIO ESTÁ
SE ENVOLVENDO.

A LINGUAGEM NA ECONOMIA

A economia é uma das matérias onde o espectro ideológico dos meios é mais reduzido, cabendo apenas um modelo, o neoliberal, e isso se reflete nos seus conteúdos. Não poderia ser de outra maneira: é esse modelo que permite aos privados ganhar dinheiro. Portanto, a linguagem que abordar questões econômicas estará repleta de intencionalidade mais ou menos oculta. Aqui encontramos a etiqueta positiva de “reforma”, que é aplicada de forma invertida uma vez que se refere às mudanças que desfazem as reformas conseguidas após décadas de lutas populares.⁴⁵ Como destaca Parenti, nos Estados Unidos se chama “reforma da assistência” a destruição dos programas de ajuda às famílias. No Leste Europeu, denominaram de “reformas” o desmantelamento do setor público, a desindustrialização. As medidas neoliberais e as reduções nos serviços públicos impostos nos países do Terceiro Mundo pelas instituições de Bretton Woods, se chamam “reformas do FMI”. Por conta das eleições no Brasil, podemos ouvir em uma televisão internacional: “Lula, embora fosse o candidato da esquerda, se empenhou em manter a economia do país flutuante”.⁴⁶ Como se a esquerda fosse incompatível com manter uma economia flutuante. Sobre a economia dos Estados Unidos, lemos: “A boa notícia é que os custos trabalhistas, uma das medidas de inflação mais seguida pela Reserva Federal, subiram ligeiramente menos que o projetado”.⁴⁷ Observe que, para eles, a

economia é melhor quando menos subam os salários; agora é uma questão de que, com expressões como esta, os cidadãos terminem convencidos dessa ideia.

Que verbo utilizaríamos para expressar a possibilidade de que um governo regule os preços abusivos das clínicas privadas quando estas aumentam seus preços cinco vezes mais que o resto dos serviços do país? Pois depende de qual governo se trata e de quem informa. Se for o governo venezuelano, destacarão: “Chavez ameaça regular os preços das clínicas privadas”.⁴⁸ E ignorando a norma formal de não repetir termos no título e no subtítulo, este segundo será: “O presidente venezuelano ameaça nacionalizar aqueles que recusarem a medida”. O peculiar é que a notícia procedia de um teletipo da agência de notícias espanhola Efe e não utilizava o verbo ameaçar, foi o jornal quem o usou para seu título e subtítulo.

Quando se apresenta o perfil de um político, também se pode perverter a linguagem. Recém-nomeado, o francês Dominique Strauss-Kahn, novo diretor do Fundo Monetário Internacional, encontramos a manchete “Strauss-Kahn, um socialista privatizador”.⁴⁹ Como se explica ser socialista e privatizador? Diante do parágrafo de abertura: “O novo diretor do Fundo Monetário Internacional (FMI) é um socialista moderno”. Isto é, o moderno é privatizar, não fazê-lo é ser antiquado. A mensagem é que tudo o que cheira a socialismo, esquerda ou marxismo faz parte do passado. “Vem tempos de ‘extremismo político’, talvez até mesmo o retorno do marxismo”,⁵⁰ afirmava a imprensa quando dava a notícia de um relatório britânico de previsões mundiais. Se o marxismo está de volta, o neoliberalismo está ainda mais porque começou antes do marxismo. Igualmente, essa mesma notícia destacava que “os Estados Unidos vão continuar sendo o poder econômico e militar proeminente e garantia do sistema de regras internacionais”. Observemos como, sem aparentar opinião, apenas informando, estão opinando que o EUA é o responsável pelas regras internacionais. Desta forma, o leitor encontrará artigos de opinião que dizem que violaram a legislação internacional mediante a invasão do Iraque ou o direito humanitário internacional mediante a criação da base de Guantánamo, mas isso serão opiniões, a “informação” objetiva e neutra trata o EUA como responsável pelo sistema de regras internacionais.

ATRIBUIR-SE A OPINIÃO PÚBLICA

Assim como os meios de comunicação gostam de se apresentar como o simples reflexo da realidade quanto à sua cobertura informativa, quando opinam ou editorializam tentam dar a entender aos cidadãos que essa opinião ou posição ideológica é apenas um reflexo do sentimento majoritário, “um clamor”, como costumam assinalar com frequência. Trata-se de um claro exemplo de covardia intelectual e de engano do público, uma vez que não o anunciam como seu próprio ideário ou proposta política, mas sim tentam fazer-nos acreditar que é o cidadão que participa dessa posição e exige ações, sem que existam elementos informativos rigorosos que os sustentem. Lembro de um diretor de jornal que quando queria denunciar um caso de corrupção, por mínimo que fosse, ou pedir um determinado investimento em infraestrutura para a Administração, escolhia manchetes como “Um clamor do povo se indigna pelo caso...” ou “Um clamor exige um novo trilha da estrada de La Coruña”. Evidentemente, quando se saía à rua não se via o clamor, que só existia na cabeça do diretor do jornal. Um jornal venezuelano destacava que os turcos estavam preocupados por ter um presidente islâmico duas semanas após terem votado nele por maioria. O único que estava preocupado era o diretor do jornal venezuelano; os turcos se preocupavam em ter outro diferente do que votaram. O jornal espanhol *El Mundo* tem uma seção denominada Vox Populi, e ali escolhem figuras públicas que sobem ou descem. Mas na seção não consultam ninguém para detectar essa “voz po-

pular”: simplesmente aplaudem ou vaiam, em nome de toda a sociedade, os personagens que eles decidem. Esse hábito é uma distorção da realidade, isto é, um engano, porque indicam para os cidadãos qual é a sensação ou a opinião generalizada diante de determinado fato, e não é verdade, é apenas a linha editorial do meio. A pretensão de identificar o interesse público com os interesses do grupo editorial que dirige um meio de comunicação é um objetivo prioritário porque será a via com a qual tentarão nos infundir a sua legitimidade como aproveitadores do direito de informar.



O ETNOCENTRISMO E AS HIERARQUIAS

O escritor uruguaio Eduardo Galeano denunciou diversas vezes o controle que os países do norte mantém sobre a informação:

“A maioria das notícias que o mundo recebe é proveniente da minoria da humanidade e a ela se dirige. Isso é muito compreensível do ponto de vista das agências, empresas comerciais dedicadas à venda de informações, que recolhem na Europa e nos Estados Unidos a parte do leão de suas receitas. Um monólogo do norte do mundo: as demais regiões e países recebem pouca ou nenhuma atenção, salvo em caso de guerra ou catástrofe, e muitas vezes os jornalistas, que transmitem o que acontece, não falam a língua do lugar nem têm a menor ideia da história

nem da cultura local. A informação que difundem costuma ser duvidosa e, em alguns casos, claramente mentirosa.”⁵¹

Esse etnocentrismo voltado para o norte inclusive arrasta para a esquerda, que afirma, por exemplo, que o movimento antiglobalização começou em Seattle. Noam Chomsky lembrou que não foi assim:

“Começou no Terceiro Mundo. Quando centenas de milhares de camponeses na Índia invadiram o parlamento, não se considerou um fato relevante – somente se as pessoas fazem algo em uma cidade do Norte, é um fato relevante. Como tal, os movimentos populares de massas no Brasil ou na Índia, por exemplo, não existiram até que se envolveu uma cidade do Norte. Mas as cidades do Norte se envolveram, e o movimento se espalhou agora por todas as partes tanto pelas cidades do Norte quanto pelas do Sul.”⁵²

O que aconteceu é que os meios não estavam mobilizados, e nem se interessavam por informar das mobilizações populares no Terceiro Mundo; apenas quando algo se move nos países ricos é que dizem que existe. Os ativistas do Foro Social Mundial podiam comprovar que do habitual silêncio da mídia em torno de suas convocações, se chegou a um apagão total quando esses encontros foram celebrados em lugares como Nairóbi. Lá esteve apenas uma televisão, Telesur, e suas conexões via satélite tinham um custo econômico três ou quatro vezes superior do que se fossem feitas da Europa. A conclusão é que apresentar nos meios os sucessos de um cidadão ocidental, seja judeu, norte-americano ou espanhol, é infinitamente mais relevante para a imprensa que os sofrimentos de um muçulmano, um africano ou um asiático.⁵³

Os meios ocidentais apresentam muitas vezes as negociações dos conflitos ignorando os habitantes dos lugares afetados. É curioso como abordam a situação da Palestina, a guerra do Iraque ou o debate em Cuba ignorando os povos. Certamente que nos parece natural um teletipo que diga: “O Quarteto para o Oriente Médio, que é formado pela União Europeia, os Estados Unidos, a ONU e a Rússia, discutiu nesta quarta-feira em Berlim a formação de um governo de unidade palestino integrado pelo Hamas e Fatah”.⁵⁴ Nos passará despercebido que precisamente os palestinos não se incluíam nessa decisão, parecendo que a opinião deles não é relevante. Tornavam-se insultantes as conexões ao vivo com Bagdá em que os jornalistas falavam e comentavam da praça onde estavam derrubando a estátua de Saddam Hussein. Todos interpretavam o acontecimento, mas a ninguém ocorreu perguntar a um iraquiano que circulava ao seu redor. Uma razão pode ser que o enviado especial não sabia árabe, o que pode dar-nos uma ideia de como ele po-

deria transmitir a notícia se não conhecia o idioma do país.

Os meios também assumem as hierarquias da comunidade internacional com naturalidade. Só assim pode-se entender a manchete da agência Europa Press “A Administração Bush quer saber por que Moratinos não se reuniu com a dissidência em Havana”.⁵⁵ Com certeza, nunca publicariam, por exemplo, “A Administração Zapatero quer saber por que Bush não se reuniu com a dissidência na Turquia”. Os jornalistas refletem assim – e ajudam a consolidá-la no imaginário do cidadão – uma hierarquia de poder internacional, nesse caso considerando natural que os EUA podem pedir explicações ao governo espanhol sobre com quem se reúne em suas viagens de Estado.

Algumas informações podem se tornar até simpáticas. Podemos ler no site da BBC⁵⁶ a história de uma girafa de uma reserva natural do Zimbábue resgatada pela polícia quando os habitantes do país iam comê-la. Começa a notícia desta forma animada: “Ufa, escapei por pouco. Assim devia pensar uma girafa depois de ser resgatada pela polícia em um povoado nos arredores de Harare, capital do Zimbábue. Ao avistá-la, os habitantes do lugar perseguiram a girafa para tentar comê-la, em um país que sofre a escassez crônica de alimentos”. Se perguntarmos ao público europeu como consideraria a notícia, se boa ou ruim, estou convencido de que a maioria diria que é uma boa notícia porque salvaram a vida de uma girafa. Eu convidaria a pensar na possibilidade de que alguma pessoa, talvez alguma criança, tivesse morrido de fome por não poder se alimentar com a carne dessa girafa. A tendência do Primeiro Mundo é tal que fica mais próxima e compreensível a situação da girafa do que do ser humano africano e faminto. O etnocentrismo do Primeiro Mundo nos levou a que, em um planeta onde dez milhões de crianças morrem de fome ao ano antes de completar cinco anos, um apresentador de televisão afirme que “ensinar as crianças a comer bem é fundamental se não queremos que sejam vítimas da praga do século XXI: a obesidade”.⁵⁷

No ano de 2004, foram sequestrados no Iraque dois jornalistas franceses e seu motorista sírio. A mobilização geral na França ignorou totalmente a este último.

A MAIORIA DAS
NOTÍCIAS QUE O
MUNDO RECEBE É
PROVENIENTE
DA MINORIA DA
HUMANIDADE
E A ELA SE DIRIGE.
APENAS QUANDO ALGO
SE MOVE NOS PAÍSES
RICOS É QUANDO OS
MEIOS DE COMUNICAÇÃO
DIZEM
QUE EXISTE.

Em 29 de agosto de 2004, Jacques Chirac declarou: “Queridos compatriotas, há uma semana dois jornalistas franceses, CC e GM, foram sequestrados no Iraque. A eles, a suas famílias e a seus amigos, quero manifestar, em nome de todos os franceses, a nossa solidariedade e nossa determinação [...]. Hoje, toda a nação que se reúne, porque o que está em jogo é a vida de dois franceses...”. Nem uma palavra sobre o motorista. Quando os meios de comunicação se deram conta de que era uma estupidez se esquecer dele justo no momento em que se tentava persuadir os sequestradores de que na França os árabes e muçulmanos são cidadãos iguais a todo o restante, se começou a falar de “CC, GM ‘e seu motorista sírio’”. A ideia de que um sírio, ainda por cima motorista, pudesse ter um nome, só ocorreu-lhes mais tarde, quando se soube sem dúvida que os sequestrados haviam sido transferidos para a Síria e que Mohammed al-Joundi talvez tivesse um papel mais importante no assunto do que se acreditava.⁵⁸ Aconteceu a mesma coisa quando se informou a matança de seis jesuítas e sua ajudante em El Salvador em 1998. Textos do tipo “a Companhia de Jesus insistiu ontem que o assassinato de seis de seus membros nas mãos de militares salvadorenhos em 16 de novembro de 1989 não pode ficar impune”,⁵⁹ onde a ajudante desapareceu, podem ser lidos com regularidade. Parece que continua vigente essa expressão que é atribuída à imprensa do franquismo quando, depois de um acidente de trem com vários mortos, o jornalista acrescenta, “felizmente, todas as vítimas viajavam na segunda classe”. Porque, como não poderia ser de outra forma, os mortos também têm classes, sejam do Primeiro Mundo ou não. Vejamos estas manchetes de 20 de agosto de 2008: “Os talibãs matam 10 soldados franceses” (*El País*); “A morte de dez soldados franceses no Afeganistão alerta do avanço talibã” (*El Mundo*); “Dez soldados franceses morrem em combates no Afeganistão” (*ABC*); “Os talibãs matam dez soldados franceses em Kabul” (*Público*). Dos trinta afegãos mortos, só se lembraram ao final do texto da notícia.

POR TRÁS DOS LÍDERES

Como disse o jornalista norte-americano David Schecher,⁶⁰ os meios só vão atrás dos carros oficiais. Um exemplo foi a visita do presidente Bush à Guatemala em março de 2007. Enquanto a imprensa informava de maneira diligente que o livre comércio aumentaria as oportunidades, proporcionaria empregos e ajudaria o povo a sair da pobreza, silenciava que, a menos de 15 quilômetros do local em que Bush discursava, havia uma fábrica de processamento de comida onde trabalhavam em condições deploráveis menores de 13 anos.

Enquanto os meios divulgavam suas informações sobre o Congresso da Língua Espanhola, repleto de acadêmicos e líderes políticos, que foi celebrado em março de 2007 na cidade colombiana de Cartagena das Índias, se esqueceram de que a poucos metros do luxuoso bairro do evento, havia meio milhão de pobres, um bairro imenso de desabrigados chamado Nelson Mandela e com um galopante turismo sexual, inclusive pedofilia. Conforme um enviado relatava em uma breve nota: até pouco tempo, nos documentos de registro do Hotel Hilton, constava um item que o hóspede tinha que assinar ao chegar e no qual se podia ler: “O hóspede aceita o princípio de que a prostituição infantil é um crime neste país”. Mas a notícia era a nova edição do Quixote que se apresentava no Congresso.

É comum comprovar que os meios dedicam mais tempo à visita de um presidente ao lugar de uma catástrofe que a informar sobre a própria catástrofe. É uma perversão absoluta porque se, por exemplo, houve uma inundação com 100 mortos, essa é a notícia e deve ser de igual importância tanto se o presidente do país se desloca ao lugar como se não o faz. Os altos cargos políticos sabem que suas promessas e anúncios em reuniões e encontros internacionais terão todo o eco nos meios de comunicação e que esses mesmos meios não se preocuparão dentro de seis meses ou um ano em perguntar qual é o grau de cumprimento. De modo que não nos estarão informando do que acontece no mundo – cumprimento das promessas – mas sim das declarações de intenções dos líderes, que não são acontecimentos, mas sim apenas palavras.



SILÊNCIO COM AS MARCAS

O poder das empresas comerciais é fundamental na apresentação das notícias, e já vimos isto em um dos filtros que se aplicam às notícias de acordo com o estudo de Chomsky e S. Herman. Uma das evidências de sua influência é comprovar que não são citados os nomes comerciais dessas empresas quando elas são objeto de alguma informação que não se pode ocultar. Na Espanha, foi notícia em 2007 uma operação policial que “libertava” 91 trabalhadores portugueses que estavam em condições de semiescravidão em Navarra.⁶¹ A reportagem afirmava que “o surpreendente foi comprovar que entre as empresas responsáveis, estavam uma multinacional, uma conservadora de pescado de certa grandeza e um fabricante de vinhos de renome que agora teme pelo seu bom nome”. O jornalista não se atreveu a citar nem uma única empresa. Para observar até onde pode chegar a influência das empresas sobre os conteúdos, temos este exemplo do que aconteceu nos Estados Unidos com uma informação sobre produtos dietéticos. Em 8 de fevereiro de 2000, o programa *20/20* da rede ABC divulgou uma história assinada por John Stossel na qual se afirmava que os produtos que podem ser comprados em lojas de alimentos orgânicos e dietéticos não são mais seguros que a comida adquirida em supermercados convencionais. O jornalista afirmou que as provas conseguidas pela

rede de televisão norte-americana demonstraram que a comida comprada nas lojas naturistas continha taxas superiores de contaminação bacteriana e de pesticidas. Uma investigação do grupo ecologista Environmental Working Group revelou que as análises citadas na reportagem nunca foram feitas. Havia a circunstância de que não era a primeira vez que se levantava sobre esse jornalista a suspeita de defender os interesses das grandes empresas.⁶²

E enquanto difundem falsas notícias com base em estudos que também são falsos, as grandes marcas colocam como informação conteúdos que são apenas publicidade. Em 16 de agosto de 2006, soube-se que nos Estados Unidos quase 80 canais de televisão poderiam ter difundido propaganda corporativa paga disfarçada de notícia. Os canais estavam espalhados por 30 estados e afiliados às quatro redes mais importantes: ABC, CBS, NBC e Fox. Muitas das emissoras são de propriedade de algumas das maiores empresas de mídia do país, como Clear Channel, News Corp, Viacom, The Tribune Company e Sinclair Broadcast. As empresas que financiam a publicação de notícias em vídeo incluem firmas tão relevantes como General Motors, Intel e Pfizer.⁶³

O FALSO PLURALISMO

O jornalismo, mesmo quando quer aparentar pluralidade, continua sem nos explicar a realidade. Acontece porque em muitas ocasiões não se investiga a verdade, nem se considera importante fazê-lo. O modelo atual de informação acredita que recolher todos os elementos de uma notícia é apresentar as diferentes versões interessadas. Por isso, uma apresentadora de televisão pode informar sobre um derramamento de combustível procedente de um barco encalhado em Algeciras e dizer que, de acordo com quem mede, em referência ao governo ou aos ecologistas, chega a um ou três quilômetros da costa.⁶⁴ Mas o jornalismo nasceu para que nos digam qual é realmente a distância do hidrocarboneto até a costa, uma vez que é um dado objetivo, não para que nos transmitam o que disse um político e um ecologista. Outras vezes, o que acontece é que cada meio conta a notícia como verdadeira, enquanto podemos comprovar que se tratam de versões diametralmente opostas segundo o jornal a que consultamos. Em fevereiro de 2008, o *etarra* (pessoa que pertence à organização ETA) De Juana Chaos estava em greve de fome e o debate na rua girava em torno de se era acertada a decisão do governo de enviá-lo para casa para que se recuperasse, ou se tratava-se de uma concessão à chantagem do preso. De forma que o jornal *El País* mostrava a manchete “De Juana continua sem receber qualquer tipo de alimento pelo terceiro dia consecutivo”, e recordava

no texto da notícia que ele estava há 111 dias em greve de fome. Da mesma forma, dava detalhes sobre os períodos em que esteve se alimentando artificialmente através de uma sonda nasogástrica e nos períodos em que não o fazia, porque o preso a arrancava. Nesse mesmo dia, no jornal *El Mundo*, uma colunista de opinião se referia ao grevista como “esse defunto de cuecas, prendendo a respiração para disfarçar a barriga, no contexto de uma greve de fome de pura ficção, com sondas nasogástricas como acessório e bons pedaços de presunto para matar a fome”. Evidentemente, que afirmar isso no marco de um artigo de opinião não exige da responsabilidade de que seja verdade; ninguém poderá discutir que os dados e informações que estão incluídos no artigo de opinião devem ser reais. É claro que uma das duas versões era mentira, e os leitores de um dos jornais acabaram enganados, e se alguém tentou saber a verdade lendo os dois jornais, ficou sem sabê-la, porque não pode diferenciá-la da mentira. E não devemos esquecer que conhecer questões como essa – se um preso em greve de fome está morrendo ou está comendo presunto – é básico para se interpretar e avaliar a política que um governo está aplicando de enviar para casa ou deixar no cárcere um preso condenado por terrorismo. Algo semelhante acontece com as coberturas das manifestações ou o acompanhamento das greves; os meios evadem sua responsabilidade social de informar com veracidade e se limitam a recolher as versões das partes: delegação do governo frente aos organizadores da manifestação ou sindicatos frente ao setor empresarial na questão das greves.

A obsessão por aparentar equilíbrio pode levar a iniciativas absurdas como a do senado romeno que aprovou por unanimidade que na imprensa deve haver obrigatoriamente um equilíbrio entre o positivo e o negativo em suas notícias.⁶⁵

Mas existe outra pluralidade ainda mais falsa: a ideológica. Os meios apresentam polêmicas e debates que não são reais porque sempre se mantêm em coordenadas que não afetam o essencial. O leitor ou as audiências acreditam estar assistindo a uma discussão que mostra a pluralidade e uma riqueza de opiniões que comprovam a grandeza da liberdade de expressão, mas estão sendo enganados com uma discussão que se mantém em um espectro ideológico e de cenários muito limitados. Vejamos algum exemplo. Diante da intervenção dos Estados Unidos no Iraque ou no Afeganistão, podemos assistir a um debate que se move entre as posições dos que consideram que os EUA estão em condições de levar a democracia a esses países ou os que afirmam que o custo em vidas e guerra é muito alto e não vale a pena continuar com a presença militar.

Essa lógica dá como certo que as intenções da intervenção militar são louváveis.

veis (defesa dos direitos humanos, levar a democracia...), e outros cenários mentais, como pensar que o objetivo da guerra é o controle dos recursos ou o fortalecimento da hegemonia norte-americana e israelense, são ignoradas. A interpretação bondosa dos objetivos da intervenção militar com certeza também foi, em seu tempo, um argumento do Império Romano, de Napoleão ou da União Soviética, e nenhuma análise geopolítica hoje o considerará válido. Entretanto, nas intervenções militares atuais, a teoria que é invalidada é a que hoje temos por certa sobre as guerras de outras épocas.

Também é comum dar uma imagem de equidistância que, ao se apresentar sem os elementos de contexto necessários, supõe a impunidade para uma das partes. A BBC apresentou “uma história de violência entre as forças indonésias e as guerrilhas timorenses”⁶⁶ com tamanha neutralidade que impedia ao público interpretar que se tratava de uma população que enfrentava um exército invasor que já havia massacrado 200 mil timorenses. Um livro de história apresentaria a França de 1942 como uma crônica de violência entre forças alemãs e guerrilhas francesas, ou diria que a França fora invadida pelo exército nazista contra o qual enfrentava a resistência francesa?

OS MEIOS OCIDENTAIS
APRESENTAM MUITAS
VEZES AS NEGOCIAÇÕES
DOS CONFLITOS
IGNORANDO
OS HABITANTES DOS
LUGARES AFETADOS.
ABORDAM A SITUAÇÃO
DA PALESTINA, A
GUERRA DO IRAQUE OU
O DEBATE EM CUBA
IGNORANDO
OS POVOS.

FONTES E ANALISTAS

A média do número de fontes – entidade, base de dados, pessoas consultadas para elaborar uma informação – nos informativos de rádio e televisão das principais redes espanholas não chega sequer a um. O número é 0,71 fontes por notícia (o plural em “fonte” nesse caso, obviamente, resulta retórico).⁶⁷ Se consideramos por separado os informativos de televisão, a média é ainda mais baixa. A emissora mais bem posicionada é a TVE, que oferece um pouco a mais de média-fonte por peça (0,57). Em conclusão: como muito, em uma notícia, se escuta o que alguém diz e simplesmente se considera isso suficiente.

No item do Iraque, veremos os mecanismos por meio dos quais os *lobbies* a favor da guerra conseguiram influir massivamente nos meios de comunicação, em especial os estadunidenses. Igualmente, quando tratamos o caso de Cuba, também serão repassadas todas as organizações e instituições culturais que, a modo de resíduo da Guerra Fria, continuam operando para influir nos conteúdos com o objetivo de condicionar uma visão negativa da ilha. O papel dos *lobbies* e grupos de poder não é denunciado somente por parte de posições da esquerda radical, inclusive o linguista estadunidense George Lakoff, situado no entorno do Partido Democrata, que o expressa assim de claro:

“Os *think tanks* mais importantes participam massivamente nos meios de co-

municação a todo o momento; por exemplo, na rádio e na televisão. Oitenta por cento dos apresentadores que aparecem na televisão estadunidense são conservadores, muitos pertencentes a esses *think tanks*. Todos têm um grande treinamento no uso dos meios, e também na utilização da linguagem. Há casos em que a metade do orçamento de um desses grandes institutos pode ser dedicada a fazer com que suas ideias apareçam nos meios. Há também agentes contratados para colocar os investigadores deste ou daquele instituto em programas de rádio e televisão, assim como para publicar os seus livros.”⁶⁸

É fundamental ver qual nível de neutralidade podem ter os analistas aos quais se recorre. Assim podemos comprovar que uma reportagem da Reuters⁶⁹ intitulada “Mercados mexicanos. O que dizem os analistas?” baseia-se em três analistas. Mas nem sequer são pessoas físicas. Um é o BBVA Bancomer, outro é o grupo financeiro Ixe, e o terceiro o banco de investimentos de Dresdner Dank AG. É evidente a pluralidade da análise, a representatividade que têm e os interesses aos quais são devidas as suas conclusões. Inclusive a enciclopédia *Encarta* reconhece como fonte para muitos de seus artigos a própria CIA.

A OBSESSÃO POR
APARENTAR EQUILÍBRIO
PODE LEVAR A
INICIATIVAS ABSURDAS
COMO ADO SENADO
ROMENO QUE APROVOU
POR UNANIMIDADE
QUE NA IMPRENSA
DEVE HAVER
OBRIGATORIAMENTE UM
EQUILÍBRIO ENTRE O
POSITIVO E O NEGATIVO
EM SUAS NOTÍCIAS.

SILÊNCIO/PRIMEIRA PÁGINA

Tal como estabelecem os estudiosos da teoria da *agenda setting*, os meios aplicam a política informativa de silêncio/primeira página, conforme tenham interesse ou não em que um assunto faça parte da agenda política ou social.

Se forem observadas as pesquisas do Centro de Pesquisas Sociológicas espanhol, será possível comprovar que as respostas à pergunta “Problemas principais da Espanha” nunca concordam com as respostas a “Problemas que mais lhe afetam”. Não é descabido pensar que a resposta à primeira pergunta possui mais elementos induzidos pelos meios de comunicação que a segunda. É essa a razão para que o terrorismo ou a imigração alcancem uma maior importância quando se pensa a respeito dos problemas da Espanha, mas não, entretanto, como problema que afeta a quem responde. Nesta segunda ocasião, os temas que ocupam posições são “os problemas de índole econômica” ou “a moradia”. Sem dúvida, são os meios os que, com a sua política de agenda/primeira página, conseguem que o cidadão considere que é mais importante o terrorismo que a moradia.

A presença contínua de um país na agenda noticiosa transmite às audiências uma imagem de crise, conflito e instabilidade constantes, como o caso da Venezuela. Enquanto o silenciamento das mobilizações sociais e das denúncias da oposição projetará entre a opinião pública a sensação de que nesse país tudo vai bem. Basta comparar a cobertura informativa que a América Central tinha nos anos 80, quando as esquerdas armadas ameaçavam o poder, e a que existe agora. Pode-se argumentar

que não tem comparação informativa uma situação de guerra como aquela e a de paz que existe atualmente. Também esse conceito de guerra e paz é discutível; as organizações humanitárias e a Igreja católica indicaram em numerosas ocasiões que as mortes violentas por delinquência comum atualmente são mais numerosas que as baixas durante aquelas guerras. No entanto, existe o desejo de se projetar a situação atual como estável perante a comunidade internacional, por muitas pessoas que sejam as pessoas mortas diariamente nesta “paz”.

Antonio Campuzano recolhe algumas das conclusões de um estudo realizado sobre as páginas da seção Internacional do jornal *El País* dos 32 dias que vão de 3 de janeiro a 3 de fevereiro de 2008 (ambos inclusive). Deixando de lado o brutal protagonismo dos EUA que ocupou 27 por 100 do total em razão de suas eleições primárias, destaca a escassez de informação de importantes países do âmbito europeu como a Alemanha (na posição 23) ou a Rússia (na 15), e a mesma ausência de informação sobre países com imensas populações e economias emergentes como a China (posição 17), a Índia (29) e o Brasil (51). Pelo contrário, muita informação de outros países menos importantes, quanto à população e à economia, como são a Venezuela (9), Cuba (16) e a Bolívia (22).⁷⁰

É evidente que se tem mais interesse em trazer para agenda da crise a países como Cuba ou Bolívia que a Índia ou o Brasil, quando o seu peso informativo deveria ser maior. O resultado de toda essa metodologia, juntamente com outras muitas estratégias que ainda não abordamos, é que os meios de comunicação cumprem com grande eficácia a tarefa de aparentar que estão nos informando rápida e diligentemente a cada dia, a cada hora. Mas a sua função não é informar, mas sim desinformar, não fomentar a análise e o debate democrático, mas sim diluí-lo ou silenciá-lo. Não obstante, simulam preocupar-se muito por entregar-nos as notícias em nossas mãos e perante nossos olhos, fingindo dizer tanto quando estão dizendo tão pouco, oferecendo tantas calorias com tão poucos nutrientes.⁷¹ Se compreendemos isso, passamos de uma queixa impotente sobre o funcionamento da imprensa a uma análise radical de como os meios matam o paradigma dominante com tanta habilidade graças à desinformação. É o momento de dar um passeio pelo mundo e comprovar como estão refletidos em nossos meios de comunicação os acontecimentos internacionais sucedidos nos últimos anos. Serão esses casos concretos os que nos permitirão valorar o abismo entre a realidade e o que pudemos ler na imprensa, ver a na televisão e escutar na rádio.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

- CAMPUZANO RUIZ, ANTONIO, "La televisión, ¿informa? Análisis de telediarios", incluido no livro de YELO DÍAZ, COORD., Soledad. *Medios de comunicación y escuela. Una colaboración con futuro*, Madri, CAP de Retiro, 2007. Disponível em <http://antoniocampuzano.es/oneclick_uploads/2008/03/la-tv-informa_analisis-de-telediarios.pdf>.
- CHOMSKY, NOAM, *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*, Madri, Libertarias, 1992.
- CHOMSKY, NOAM, y RAMONET, IGNACIO, *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*, Barcelona, Icaria & Más Madera, 1995.
- CHOMSKY, NOAM, y HERNAN, EDWARD, RAMONET, IGNACIO, *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Crítica, 1990.
- COLLINS, J., GLOVER, R., EDS., *Lenguaje colateral. Claves para justificar una Guerra*, Madri, Páginas de espuma, 2003.
- ESTACIO, PEDRO, *¿Alguien dice la verdad? (Por los caminos de la información y la comunicación)*, Caracas, El perro y la rana, 2005.
- GILLEN, ABRAHAM, *Técnica de desinformación*, Madri, Fundación Anselmo Lorenzo, 1991.
- HAZAN, ERIC, *LQR. La propaganda de cada día*, Madri, La oveja roja, 2007.
- KAPUSCINSKI, RYSZARD, *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*, Barcelona, Anagrama, 2002.
- Los cinco sentidos del periodista*, México, Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, 2004.
- LOSURDO, DOMENICO, *El lenguaje del imperio. Léxico de la ideología americana*, Madri, Escolar y mayo, 2008.
- LOZANO, IRENE, *El saqueo de la imaginación. Cómo estamos perdiendo el sentido de las palabras*, Madri, Debate, 2008.
- RAMONET, IGNACIO, *La tiranía de la comunicación*, Madri, Debate, 1998.
- Propagandas silenciosas*, La Habana, Ediciones especiales, 2001.
- REIG, RAMÓN, *Dioses y diablos midiáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*, Barcelona, Urano, 2004.
- La mente global. Un estudio sobre estructura y análisis de la información*, Madri, Libertarias, 1994.
- ROMANO, VICENTE, *La información de la mentalidad sumisa*, Barcelona, El Viejo Topo, 2007.
- La intoxicación lingüística. El uso perverso de la lengua*, Barcelona, El Viejo Topo, 2007.
- RUSHKOFF, DOUGLAS, *Coerción. Por qué hacemos caso a lo que nos dicen*, Barcelona, La liebre de marzo, 2002.
- SALMON, CHRISTIAN, *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*, Barcelona, Península, 2008.
- SERRANO, PASCUAL, *Medios violentos. Palabras e imágenes para la guerra*, Barcelona, El Viejo Topo, 2008.
- VV.AA., "Información y desinformación en la era global", em Agora, revista de Ciências Sociais, Valencia, Fundación CEPS, 2004.

NOTAS DE RODAPÉ

1. Mateos, Concha, "Notícias televisivas geneticamente modificadas", em *Rebellion.org*, <www.rebellion.org/noticia.php?id=67too>, 8 de maio de 2008.
2. "Alta precariedade trabalhista nas televisões locais", em *Infoperiodistas*, <www.infoperiodistas.info/busqueda/noticia/resnot.jsp?idNoticia=6024>, 3 de janeiro de 2008.
3. Ramonet, Ignacio, "Meios de comunicação em crise", em *Le Monde Diplomatique*, janeiro de 2005. Vide *Rebellion.org*, <www.rebellion.org/noticia.php?id=95to>.
4. *Ibid.*
5. Vide *Le Monde*, 21 de maio de 2003, e *Time*, 16 de junho de 2003.
6. Vide uma de suas histórias em *USA Today*, <www.usatoday.com/news/2004-03-19-2004-03-9-kelley-cuba_x.htm>, 19 de março de 2004.
7. *Le Monde*, 28 de setembro de 2004.
8. Kapuscinski, Ryszard, "Os meios refletem a realidade do mundo?", discurso durante a cerimônia de entrega dos prêmios de jornalismo *Stora Journalistpriset* em Estocolmo. Foi publicado no *Le Monde Diplomatique*, julho-agosto de 1999.
9. Ramonet, Ignacio, "Meios de comunicação em crise", em *Le Monde Diplomatique*, janeiro de 2005. Vide *Rebellion.org*, <www.rebellion.org/noticia.php?id=951o>.
10. Roberts, Paul Craig, "Blind Ignorance", em *Counterpunch* <www.counterpunch.org/robertsot292006.html>, 30 de janeiro de 2006. Em castelhano em *Rebellion.org*, <www.rebellion.org/noticia.php?id=26i69>.
11. Pode consultar em <www.realinstitutoelcano.org>.
12. Efe. Vide *Público*, <www.publico.es/espana/t43369/presidente/fip/periodista/hoy/menos/independiente/existe/autocensura>, 18 de agosto de 2008.
13. Chomsky, Noam, e Hernan, Edward S., *Os guardiões da liberdade*, Barcelona, *Crítica*, 1990. O título original em inglês é *Manufacturing consent. The political economy of the mass media*, de 1988.
14. Serrano, Pascual, "A suposta liberalização em Cuba", em *Público*, 10 de abril de 2008.
15. Mayoral, Javier, "Investigação sobre o uso das fontes nos informativos de televisão e rádio", disponível em <www.apmadrid.es/images/publicaciones/cuadernos/cuadernos I3/04_Mayoral.pdf>.
16. Mateos, Concha, "Notícias televisivas geneticamente modificadas", em *Rebellion.org*, <www.rebellion.org/noticia.php?id=67I00>, 8 de maio de 2008.
17. Parenti, Michael, "Monopoly Media Manipulation", em <www.michaelparenti.org/MonopolyMedia.html>, maio de 2001. Em castelhano em *Rebellion.org*, <www.rebellion.org/noticia.php?id=75o72>, 29 de outubro de 2008.
18. Kapuscinski, Ryszard, "Os meios refletem a realidade do mundo?", discurso durante a cerimônia

de entrega dos prêmios de jornalismo Stora Journalistpriset em Estocolmo. Foi publicado no *Le Monde Diplomatique*, julho-agosto de 1999.

19. Txente Rekondo, entrevista com o autor, maio de 2008.

20. *A Verdade*, 6 de maio de 2008.

21. Herold, Marc W., *Afeganistão como um espaço vazio. O perfeito estado neocolonial do século XXI*, Madri, Foca, 2007.

22. Baudrillard, Jean, "Réquiem pelas Twin Towers", em *Power Inferno*, Madri, Arena Libros, 2003.

23. Citado por Ali, Tariq, *Piratas do Caribe. O eixo da esperança*, Madri, Foca, 2008.

24. Alba, Santiago, *A realidade virá e nos encontrará adormecidos*, Hondarribia, Hiru, 2007.

25. Se refere ao Washington Consensus ou Consenso de Washington, uma lista de políticas econômicas considerada durante a década de 1990, pelos órgãos financeiros internacionais e centros econômicos com sede em Washington, como o melhor programa econômico que os países latino-americanos deviam aplicar para impulsionar o crescimento. Ao longo dessa década, a lista e seus fundamentos econômicos e ideológicos assumiu o caráter de um programa geral.

26. Ali, Tariq, *Piratas do Caribe. O eixo da esperança*, Madri, Foca, 2008.

27. *Ibid.*

28. Granma, <www.granma.cubaweb.cu/2008/05/12/nacional/artic21.html>, 12 de abril de 2008.

29. Torres, Maruja, "Fidel e a ocultação", em *El País*, <www.elpais.com/articulo/revista/agosto/Fidel/solaparniento/elpepiopi/20060802elpepirdv_i6/Tes>, 2 de agosto de 2006.

30. Escobar, Pepe, em *Real News*, entrevista com Tom Engelhardt, responsável pela *Tomdispatch.com*, "Os meios dominantes são um sistema coletivo de exclusão de notícias", <therealnews.com/t/index.php?option=com_content&task=view&id=3i&Itemid=74&jumival=1884&updaterx=2008-07-17+02%3A36%3Ao8>. Em castelhano em *Rebellion.org*, <www.rebellion.org/noticia.php?id=70527>, 20 de julho de 2008.

31. Romano, Vicente, *A formação da mentalidade submissa*, Barcelona, *El Viejo Topo*, 2007.

32. Ramonet, Ignacio, *Epílogo*, em Serrano, Pascual, *Perlas 2. Histórias, disparates e trapaças nos meios de comunicação*, Barcelona, *El Viejo Topo*, 2007.

33. Romano, Vicente, *A formação da mentalidade submissa*, Barcelona, *El Viejo Topo*, 2007.

34. Ramonet, Ignacio, *A tirania da comunicação*, Madri, *Debate*, 1998.

35. Citado por Galeano, Eduardo, *De pernas para o ar. A escola do mundo ao contrário*, Madri, *Século XXI*, 1998.

36. Kapuscinski, Ryszard, "Os meios refletem a realidade do mundo?", discurso durante a cerimônia de entrega dos prêmios de jornalismo Stora Journalistpriset em Estocolmo. Foi publicado no *Le Monde Diplomatique*, julho-agosto de 1999.

37. Drèze, Jean e Sen, Amartya, *Hunger and Public Action*, Oxford, Claredon Press, 2989. Citado por Bricmont, Jean, *Imperialismo humanitário*, Barcelona, *El Viejo Topo*, 2008.

38. Ramonet, Ignacio, *A tirania da comunicação*, Barcelona, Debate, 1998. Citado por Fernandez Baena, Jenaro, "Os informativos na televisão: De suas debilidades informativas a sua manipulação", em VV. AA., *Manipulação e meios na sociedade da informação*, Madri, La Torre, 2007.
39. Díez Rodriguez, Ángeles, em VV. A.A., *Manipulação e meios na sociedade da informação*, Madri, La Torre, 2007.
40. Navarro, Vicenç, "Como analisar os Estados Unidos. As limitações do pós-modernismo", em *Temas para o debate*, maio de 2008. Disponível em <www.vnavarro.org/wp/?p=410>.
41. Galeano, Eduardo, "A guerra da Iugoslávia. Erratas", em Brecha, 8 de maio de 1999.
42. Parenti, Michael, "Monopoly Media Manipulation", <www.michaelparenti.org/MonopolyMedia.html>, maio de 2001. Em castelhano em Rebellion.org, <www.rebellion.org/noticia.php?id=75072>, 29 de outubro de 2008.
43. The New York Times, 21 de outubro de 2007. Citado por Parenti, Michael, "Monopoly Media Manipulation", <www.michaelparenti.org/MonopolyMedia.html>, maio de 2001. Em castelhano em Rebellion.org, <www.rebellion.org/noticia.php?id=75072>, 29 de outubro de 2008.
44. Segafredo, Gaspar, entrevista a Noam Chomsky, em Le Monde Diplomatique, edição Bolívia, setembro de 2008.
45. Parenti, Michael, "Monopoly Media Manipulation", <www.michaelparenti.org/MonopolyMedia.html>, maio de 2001. Em castelhano em Rebellion.org, <www.rebellion.org/noticia.php?id=75072>, 29 de outubro de 2008.
46. CNN, 29 de setembro de 2006.
47. BBC, <news.bbc.co.uk/1/hi/spanishbusiness/newsid_6341000/6341061.stm>, 8 de fevereiro de 2007.
48. El País, <www.elpais.com/articulo/internacional/Chavez/amena-za/regular/precios/clinicas/privadas/elpepuint/20070403elpepuint_8/Tes>, 3 de abril de 2007.
49. BBC, <news.bbc.co.uk/1/hi/spanish/business/newsid_7019000/7019156.stm>, 28 de setembro de 2007.
50. El País, <www.elpais.com/articulo/internacional/mundo/2037/el-pepuint/20070410oelpepiint_7/Tes>, 10 de abril de 2007.
51. Galeano, Eduardo, *De pernas para o ar. A escola do mundo ao contrário*, Madri, Século XXI, 1998.
52. Entrevista de Vicenç Navarro a Noam Chomsky para a Universidade Progressista de Verão da Cataluã. Disponível em Rebellion.org, <www.rebellion.org/noticia.php?id=70589>, 22 de julho de 2008.
53. Mónica G. Prieto, entrevista com o autor, junho de 2008.
54. AFP, 22 de fevereiro de 2007.
55. Europa Press, 16 de abril de 2007.
56. BBC, <news.bbc.co.uk/1/hi/Spanish/misc/newsid_7008000/7008637.stm>, 22 de setembro de 2007.
57. Quatro, 24 de novembro de 2007.
58. Hazan, Eric, *LQR. A propaganda de cada dia*, Madri, A ovelha vermelha, 2007.
59. El País, <www.elpais.com/articulo/internacional/matanza/jesui-tas/Salvador/1989/nuevo/justicia/>

internacional/elpepuint/2006 1117elpe-puint_4/Tes>, 17 de novembro de 2006.

60. Schechter, Danny, *As notícias em tempos de guerra. Meios de comunicação: informação ou propaganda?*, Barcelona, Paidós, 2004.

61. *El País*, 25 de março de 2007.

62. Camacho, Santiago, *O esgoto do mundo. O que os EUA ocultam do mundo*, Madri, A Esfera dos Livros, 2004.

63. *Democracy Now*, 16 de agosto de 2006. Citado por Serrano, Pascual, *Perlas 2. Histórias, disparates e trapaças nos meios de comunicação*, Barcelona, *El Viejo Topo*, 2007.

64. *Informativo de LA 2*, 29 de janeiro de 2007.

65. RAI, <www.rainews24.it/notizia.asp?newsID=83203>, 26 de junho de 2008.

66. *BBC*, 11 de dezembro de 1997.

67. Mayoral, Javier, "Investigação sobre o uso das fontes nos informativos de televisão e rádio". Disponível em <www.apmadrid.es/images/publicaciones/cuadernos/cuadernos13/04_Mayoral.pdf>.

68. Lakoff, George, *No pienses em um elefante. Lenguaje y debate político*, Madri, *Foro Complutense*, 2007.

69. *Reuters*, 19 de junho de 2006.

70. Campuzano, Antonio, "La información internacional del diario español *El País*", em *Rebelión.org*, www.rebelion.org/noticia.php?id=63180, 13 de fevereiro de 2008.

71. Parenti, Michael, "Monopoly Media Manipulation", <www.michaelparenti.org/MonopolyMedia.html>, maio de 2001. Em espanhol em rebelion.org/noticia.php?id=75072>, 29 de outubro de 2008.

Produção: Espalhafato Comunicação
Capa/Fotografia e Editoração: Stefano Figalo
Tradução: Luisa Lamas
Revisão: Rita Luppi
Impressão: Reproarte