

Omar RINCÓN
EDITOR

José NATANSON • Jacinto RODRÍGUEZ • Ramón COLOMBO • Marielos MONZÓN • Manuel TORRES
Eduardo MARENCO • Álvaro MURILLO • Ricardo VALENCIA • Fernando MARTÍNEZ • Elsa Cecilia PIÑA
Margarita MARTÍNEZ • Gustavo ABAD • Fernando MOLINA • Jacqueline FOWKS • Silvia PÁEZ • José Pedro DÍAZ
María Eugenia LUDUEÑA • Francisco MARTORELL • Carlos Eduardo LINS • Ana Lucía MAGRINI

¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?

[Estado y medios de comunicación
en América Latina]

¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?

[Estado y medios de comunicación
en América Latina]

Omar Rincón
Editor

Centro de Competencia en Comunicación
para América Latina
Friedrich Ebert Stiftung

Editor:

Omar Rincón

Autores:

José Natanson
Jacinto Rodríguez
Ramón Colombo
Marielos Monzón
Manuel Torres
Eduardo Marengo
Álvaro Murillo
Ricardo Valencia
Fernando Martínez
Elsa Cecilia Piña
Margarita Martínez
Gustavo Abad
Fernando Molina
Jacqueline Fowks
Silvia Páez
José Pedro Díaz
María Eugenia Ludueña
Francisco Martorell
Carlos Eduardo Lins
Ana Lucía Magrini

Ciudad:

Bogotá, 2010

Diseño:

Nelson Mora Murcia

Producción:

Centro de Competencia en Comunicación
para América Latina, C3 FES, www.c3fes.net.

ISBN 978-958-8677-00-2

Este texto puede ser reproducido con previa autorización con
un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

[CONTENIDO]

[Introducción]	
¿HAY QUE DEFENDER A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTADO O AL ESTADO DE LOS MEDIOS Y LOS PERIODISTAS?	5
Omar RINCÓN	
[Prólogo]	
MEDIOS Y "NUEVA IZQUIERDA": ALGUNOS APUNTES IMPRESIONISTAS	15
José NATANSON	
MÉXICO	
CRÓNICA DE UNA TRANSICIÓN FALLIDA	23
Jacinto RODRÍGUEZ	
REPÚBLICA DOMINICANA	
UNA LOCURA MEDIÁTICA	37
Ramón COLOMBO	
GUATEMALA	
CON LOS MISMOS ANTEOJOS	55
Marielos MONZÓN	
HONDURAS	
GOLPE DE ESTADO, ELECCIONES Y MEDIOS EN UNA DEMOCRACIA FALLIDA	71
Manuel TORRES	
NICARAGUA	
CONVIENDO CON EL ENEMIGO	89
Eduardo MARENCO	
COSTA RICA	
LA TENTACIÓN CONTENIDA	105
Álvaro MURILLO	
EL SALVADOR	
LA ESTRATEGIA DEL CAMBIO	115
Ricardo VALENCIA	
PANAMÁ	
EL PODER DE LOS MEDIOS	123
Fernando MARTÍNEZ	
VENEZUELA	
INTOLERANCIA A LA CRÍTICA Y HEGEMONÍA COMUNICACIONAL MENOSCABAN LIBERTAD DE EXPRESIÓN	149
Elsa Cecilia PIÑA	
COLOMBIA	
ESPIONAJE, PRESIONES E INTIMIDACIONES AL RELATO PERIODÍSTICO	165
Margarita MARTÍNEZ	
ECUADOR	
EL CLUB DE LA PELEA... PODER POLÍTICO VS PODER MEDIÁTICO	183
Gustavo ABAD	

BOLIVIA	
DE LA POLARIZACIÓN A LA HEGEMONÍA	199
Fernando MOLINA	
PERÚ	
EL PÚBLICO SIGUE PERDIENDO	217
Jacqueline FOWKS	
PARAGUAY	
LA ENDOGAMIA DEL PODER (Ó) EN BUSCA DE UNA NUEVA IDENTIDAD DEMOCRÁTICA	225
Silvia PÁEZ	
URUGUAY	
DESCUBRIENDO A LA CENICIENTA	245
José Pedro DÍAZ	
ARGENTINA	
TODO O NADA... ESTADO Y MEDIOS EN PIE DE GUERRA	263
María Eugenia LUDUEÑA	
CHILE	
LA SUMA DE LOS MEDIOS (Y DE LOS MIEDOS)	289
Francisco MARTORELL	
BRASIL	
ENTRE EL PLURALISMO INFORMATIVO, LA CENSURA JUDICIAL Y EL PRAGMATISMO POLÍTICO	303
Carlos Eduardo LINS	
[Ensayo]	
Medios de comunicación y Estado en América Latina	
MUCHO GOBIERNO Y MUCHOS MEDIOS, POCO PERIODISMO Y POCAS CIUDADANÍAS	313
Ana Lucía MAGRINI – Omar RINCÓN	

ENTRE EL PLURALISMO INFORMATIVO, LA CENSURA JUDICIAL Y EL PRAGMATISMO POLÍTICO

Desde o fim do regime militar em 1985 o jornalismo brasileiro vem agindo de modo independente, por vezes agudamente crítico, de governos em todos os níveis, instituições, pessoas, empresas. Sem embargo, na maioria dos Estados, em especial nas cidades pequenas, a qualidade do jornalismo não é tão boa e a sua dependência em relação aos governos locais é muito maior. É sintomático que haja uma relação direta entre o nível de qualidade do jornalismo e o produto interno bruto dos Estados e municípios. No entanto, a ascensão de Lula ao poder abriu algum espaço nesses veículos a pessoas e idéias que antes estavam completamente afastadas deles. Embora o pluralismo ainda não seja dominante, é indiscutível que até os veículos mais conservadores são hoje mais abertos, menos monolíticos do que eram 25 anos atrás.

Carlos Eduardo Lins da Silva

linsdasilva@uol.com.br

Ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo*, livre-docente e doutor em Comunicação pela Universidade de São Paulo e mestre em Comunicação pela Michigan State University.

As relações entre os meios de comunicação e o Estado no Brasil têm sido decisivas para o jornalismo desde a sua mais remota origem no país, em 1808 quando começaram a circular os dois primeiros jornais brasileiros.

Um era redigido e impresso na Inglaterra e vendido clandestinamente na única colônia portuguesa nas Américas. Chamava-se *Correio Braziliense* e defendia a independência do Brasil.

O outro era a *Gazeta do Rio de Janeiro*, órgão oficial da Coroa, que havia acabado de transferir a metrópole de Lisboa para o Rio, devido à invasão de Portugal pela França napoleônica.

Antes da vinda da família real lusitana para o Brasil, era proibida qualquer atividade de imprensa no território brasileiro, que foi um dos últimos nas Américas a ver iniciada a atividade do jornalismo.

A independência veio em 1822, não devido à força de mobilização que o *Correio Braziliense* pudesse ter tido junto à sociedade, mas por uma decisão do príncipe regente português que ficara no Rio após o retorno do pai a Lisboa.

Durante 67 anos, o Brasil foi a única monarquia americana, e esta foi uma das muitas razões por que o país demorou tanto a se preocupar com a integração com os seus vizinhos.

Nesse período, a imprensa se exerceu em condições mais ou menos similares às da mesma época em outros países, tanto os desenvolvidos quanto as ex-colônias: os jornais existiam basicamente para fazer proselitismo de causas ou partidos políticos (no caso brasileiro, a abolição da escravatura e a república, principalmente) e sem relação com o mercado. Nenhum deles se mantinha graças à receita obtida com circulação ou publicidade. Todos davam prejuízos a quem o sustentava por razões estritamente ideológicas ou políticas.

O confronto de ideias fora do Parlamento se fazia por meio dos jornais. Quando as tensões se acumulavam muito, e o governo se sentia ameaçado, ele podia eventualmente responder com pressões ou censura para tentar calar os adversários mais incômodos e às vezes ocorriam também agressões físicas e empastelamentos de jornais promovidos por grupos que se opunham às suas ideias e programas.

Depois da república

O panorama não mudou muito após a proclamação da República, em 1889. A economia se manteve essencialmente agrária, apenas uma pequena elite era capaz de ler e de gastar dinheiro com jornais, que continuavam a existir exclusivamente para propagar o ideário de seus proprietários e aliados.

A Revolução Industrial, que proporcionou na América do Norte e na Europa Ocidental uma conjugação de fenômenos sociais (urbanização, fim do analfabetismo, ensino básico universal, diminuição da jornada de trabalho, melhores salários) e tecnológicos (linotipo, rotativas, meios de transporte mais rápidos e eficientes) suficiente para o surgimento do jornalismo de massa, dependente do mercado, não ocorreu no Brasil a não ser de modo localizado e incipiente até meados dos anos 1950, quando de fato o país começou a se industrializar, urbanizar e crescer economicamente.

Por isso, apenas na segunda metade do século XX começaram a surgir meios impressos de comunicação com características de massa, embora já na década de 1940 o rádio atingisse vastas camadas da população (por ser um veículo cujo consumo é relativamente barato e dispensa a leitura).

Aliás, num processo típico de países em que o capitalismo evoluiu de modo assimétrico, a chegada de novas tecnologias de comunicação antes da universalização da alfabetização fez com que aqui etapas do desenvolvimento “natural” da indústria da comunicação nos países centrais fossem puladas, o que criou um ambiente de mídia muito peculiar, em que convivem veículos de alta e baixíssima qualidades, independentes ou absolutamente nas mãos de governos regionais.

A República brasileira se instaurou sob forte inspiração do modelo dos EUA. A primeira Constituição republicana foi quase uma cópia da concebida em Filadélfia no final do século XVIII. Muitos dos princípios da democracia adotada nos EUA foram pelo menos (e muitas vezes apenas) formalmente também tidos como dominantes no Brasil.

Assim, o respeito à liberdade de expressão e de imprensa consta da estrutura jurídica do país como cláusula essencial em todas as Constituições que o país teve, e quando os veículos eletrônicos (rádio e TV) começaram a operar comercialmente no Brasil (em 1930 e 1950, respectivamente), o modelo adotado para sua exploração foi calcado no americano (ou seja, concessões do Estado para exploração das ondas a empresas privadas com objetivo de lucro e eventualmente a fundações sem fins lucrativos por período de tempo limitado, mas renovável).

Veículos estatais

O Estado quase nunca operou como proprietário de veículos de comunicação no Brasil. Algumas rádios e emissoras de TV chamadas de “públicas” ou “educativas” (mas na verdade totalmente estatais) passaram a ser criadas a partir de 1960, tanto em nível federal quanto estadual, mas sempre poucas e sem nenhuma delas jamais conseguiram atrair audiência significativa.

Meios impressos, estatais então, são mais raros ainda na história, com exceção dos diários oficiais (federal, estaduais e municipais), destinados à publicação de atos

legais. Uma exceção significativa foi o diário *Última Hora*, na década de 1950, que embora oficialmente fosse propriedade de empresa privada, de fato era controlado quase diretamente pelo governo federal no período do mandato constitucional do presidente Getúlio Vargas (1951-1954).

Em novembro de 2009 foram revelados ao público bilhetes que Vargas mandava ao editor-chefe da *Última Hora*, o jornalista Samuel Wainer, que mostram como era enorme a influência pessoal do presidente sobre o jornal. Ele chegava a reclamar que uma edição tinha notícias esportivas demais e interferia diretamente na pauta, mesmo de assuntos corriqueiros, que não eram de interesse político imediato.

Com o advento da tecnologia da TV paga (por cabo ou satélite), aumentou muito o número de emissoras que pertencem aos diversos ramos do Estado (Câmara dos Deputados, Senado, órgãos do Poder Judiciário, Legislativos dos Estados, Câmaras Municipais, universidades federais ou estaduais), mas embora elas atualmente sejam diversas, nenhuma tem audiência minimamente expressiva, o que resulta em influência política praticamente nula. Mesmo a rede de televisão criada por iniciativa do governo de Luiz Inácio Lula da Silva em 2007, chamada TV Brasil, tem pequeníssima repercussão devido ao número irrisório de pessoas que assistem sua programação.

Interferência do Estado

Isso não significa que o Estado não tenha tentado com frequência interferir nas atividades dos veículos de comunicação, às vezes com grande força e pequena sutileza. O Estado é importante anunciante numa sociedade em que ele desempenha relevantes atividades econômicas ou diretamente ou por meio de empresas sob seu controle (como a Petrobras, por exemplo).

A seletividade política na escolha de quais veículos recebem mais ou menos verba publicitária tem sido um dos mecanismos de influência e controle mais eficazes utilizados pelo Estado, independentemente da época ou do partido político no poder.

Outra forma de influência estatal na comunicação de massa tem sido historicamente a concessão de emissoras de rádio e televisão a grupos que pertencem a políticos ou seus afilhados alinhados com o grupo no governo. Esses mesmos grupos também costumam ser donos de jornais e revistas, em especial em nível regional. Pelo menos um terço das emissoras de TV no Brasil atualmente está em mãos de políticos.

Esse fenômeno é particularmente sentido nas regiões mais pobres e nos Estados e cidades de menor porte. Líderes políticos como os ex-presidentes José Sarney e Fernando Collor de Mello, por exemplo, controlam emissoras de rádio e TV em seus Estados de origem, no Nordeste brasileiro, por meio de familiares ou prepostos. A maioria dos senadores e deputados do Nordeste e do Norte do país idem.

Os políticos raramente têm vínculos formais com essas emissoras, mas poucos desconhecem que são eles que estão por trás delas. Às vezes, como em janeiro de 2010, ocorrem gafes que desnudam essas associações. Nesse mês, um erro de alguém no Ministério das Comunicações fez com que ficasse disponível no seu site com os processos de concessão de emissoras de TV o nome de um deputado federal do Rio Grande do Sul como o beneficiário de uma concessão, em vez da fundação que oficialmente a recebeu.

Mas nenhum dos mais influentes veículos de influência nacional se inclui entre esses que são controlados por políticos. As grandes redes de TV (*Globo, Bandeirantes, SBT*), os jornais de influência nacional (*Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, Valor Econômico*), as principais revistas de informação (*Veja, Exame*) são de empresários que nunca fizeram política, embora um deles, Silvio Santos, do SBT, tenha sido tentado a disputar a Presidência do Brasil em 1989, mas afinal não se lançou candidato.

Uma única exceção ocorreu nos anos 1950, quando os Diários Associados, uma cadeia de jornais, revistas e emissoras de rádio e TV com enorme audiência e que atingia todo o território nacional, pertencia a um jornalista, Assis Chateaubriand, que, depois de rico e famoso, resolveu entrar na política e se elegeu senador. Além disso, Chatô, como era conhecido, e que foi uma espécie de Cidadão Kane brasileiro, foi embaixador em Londres e tinha enorme influência sobre decisões de governos até sofrer um derrame em 1962.

Uma situação nova que vem tendo crescente relevância é a propriedade informal de emissoras de rádio e TV por denominações religiosas, em especial as evangélicas. A segunda rede de TV com maior audiência no país atualmente, a Record, pertence (ainda que não oficialmente) a uma dessas igrejas, as quais também têm atuado para formar poderosas bancadas nos Legislativos dos Estados e da Federação. A militância não apenas religiosa, mas também política dessas igrejas é extremamente reforçada pelos seus meios de comunicação, que também por vezes incluem os impressos.

Regime militar

Durante o regime militar (1964-1985), as máscaras caíram todas, e o Estado exerceu do modo mais bruto possível a sua autoridade sobre os meios de comunicação. Os que não se alinharam com a ordem dominante de modo voluntário foram simplesmente submetidos à censura prévia. Muitos jornalistas foram presos e alguns até mortos. Algo similar havia ocorrido durante a ditadura do civil Getúlio Vargas (1937-1945). Mas esses são os dois únicos períodos em que esse tipo de controle ostensivo ocorreu de modo sistemático.

A censura prévia vigeu sobre alguns jornais da chamada “imprensa alternativa”, em geral semanários de forte teor político (*Movimento*”, *Opinião*) ou conteúdo de cultura e humor (*Pasquim*), três tradicionais diários de influência nacional (*O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Jornal da Tarde*), uma revista semanal de informação (*Veja*). Os demais veículos se deixavam submeter à censura (militares ou agentes dos serviços de segurança ligavam por telefone aos editores e lhes diziam quais assuntos não podiam ser noticiados naquele dia, e os editores acediam).

Mesmo na ditadura de 1964 a 1985, as formas de pressão eram com frequência menos acintosas. Por exemplo, a Rede Globo de Televisão se tornou o principal veículo de comunicação do país nesse tempo por ter se beneficiado de grandes investimentos tecnológicos feitos pelo governo na área de telecomunicações (uma rede de torres de microondas permitiu que o sinal de TV pudesse ser recebido simultaneamente em todo o vasto território nacional) e das vistas grossas das autoridades federais quando a emissora recebeu recursos financeiros e técnicos de grupos estrangeiros (em especial o americano Time-Life), o que era proibido pelas leis em vigor. Em troca, a *Globo* sempre deu apoio ideológico ao regime militar em seus telejornais.

O principal acionista da Rede Globo, Roberto Marinho (1904-2003) tinha grande ascendência sobre alguns ministros dos governos militares, em especial os que lidavam com assuntos referentes a comunicação, e a manteve nos governos civis após o fim da ditadura.

Período democrático

Desde o fim do regime militar em 1985 – e mesmo nos seus anos derradeiros, quando o processo de abertura política se intensificou, em especial a partir de 1979 – o jornalismo brasileiro vem agindo de modo independente, por vezes agudamente crítico, de governos em todos os níveis, instituições, pessoas, empresas. Durante o processo de impeachment do presidente Fernando Collor de Mello no início da década de 1990, o papel da imprensa foi particularmente importante.

O extraordinário crescimento econômico do país durante a década de 1970 permitiu que os principais veículos de comunicação se capitalizassem e quase todos investiram pesadamente para melhorar a qualidade de seus recursos técnicos e humanos. Embora o nível de qualidade do jornalismo brasileiro não seja uniforme nacionalmente, os mais importantes têm nível de excelência bastante alto e podem ser colocados no mesmo padrão dos melhores do hemisfério ocidental.

Na maioria dos Estados, no entanto, em especial nas cidades pequenas, a qualidade do jornalismo não é tão boa e a sua dependência em relação aos governos locais é muito maior. Isso se dá porque em muitos desses lugares a atividade econômica não é suficientemente vigorosa para manter os veículos de maneira independente.

É sintomático que haja uma relação direta entre o nível de qualidade do jornalismo e o produto interno bruto dos Estados e municípios. Fora de São Paulo e Rio de Janeiro, os melhores meios de comunicação estão em Estados mais ricos, como Paraná, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, e no Distrito Federal. Nos Estados do Norte e do Nordeste, o nível de qualidade decaiu.

O posicionamento editorial dos grandes veículos é em geral conservador embora haja nuances. Alguns se posicionam mais liberalmente em política e cultura, mas em questões econômicas, há quase uma uniforme defesa do modelo capitalista de livre mercado. No entanto, a ascensão de Lula ao poder abriu algum espaço nesses veículos a pessoas e ideias que antes estavam completamente afastadas deles.

Embora o pluralismo ainda não seja dominante, é indiscutível que até os veículos mais conservadores são hoje mais abertos, menos monolíticos do que eram 25 anos atrás. Uma comparação de como foi a cobertura da eleição presidencial de 1989 com a de 2006 não deixará margem a dúvidas. Na mais recente, o espaço para todos os principais partidos e candidatos foi muito mais equânime e a cobertura muito menos enviesada.

Situação atual

A Constituição vigente, de 1988, assegura da maneira mais enfática possível, em seu artigo 220, a liberdade de expressão: “A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição”. E o artigo 5 diz: : “É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”. A Lei de Imprensa do regime militar, uma das mais punitivas e drásticas jamais impostas a uma sociedade, só deixou de vigor formalmente em 2009, mas na prática não vinha sendo aplicada fazia pelo menos 25 anos.

Isso não significa que atualmente não ocorram situações de restrição à liberdade de expressão porque o artigo 5 da Constituição também assegura o direito à imagem, à privacidade, à honra, ao bom nome. Assim, têm ocorrido situações, e não poucas (cerca de três mil em vinte anos), em que juízes de instâncias inferiores proíbem veículos de comunicação de tratarem de determinados assuntos ou pessoas devido a ações impetradas com base nessas garantias dadas pelo artigo 5. Em geral, os tribunais superiores vêm derrubando essas decisões, mas às vezes pode levar meses até que os recursos sejam julgados definitivamente.

Esses casos de censura judicial têm se verificado em especial em nível regional e em favor de poderosos líderes políticos locais, mas também ocorrem em nível nacional. O de maior repercussão foi o de um dos mais importantes diários brasileiros, *O Estado de S. Paulo*, que em 30 de julho de 2009 foi proibido (e assim ficou até pelo menos

o fim de janeiro de 2010) de publicar textos sobre investigações da Polícia Federal a respeito de atividades suspeitas de membros da família de José Sarney, presidente do Senado Federal e aliado de ocasião do presidente Lula.

O acirramento de tensões entre o governo federal e os meios de comunicação pertencentes a empresas privadas (em geral familiares) que se verifica em diversos países da América do Sul em que o poder vem sendo exercido por políticos de tendência esquerdista também ocorre no Brasil desde a posse de Luiz Inácio Lula da Silva em 2003, embora não seja tão intenso quanto o verificado na Venezuela, Argentina, Bolívia e Equador.

Lula é um líder político extremamente pragmático e ele demonstra essa sua característica na maneira como lida com a mídia. Em todas as eleições de que participou (em especial a de 1989, contra Fernando Collor de Mello), Lula viu a Rede Globo de Televisão se alinhar com seu adversário, ainda que não de maneira formal. No entanto, uma vez eleito, ele passou a manter com ela as melhores relações. Na noite em que foi eleito, em 2002, Lula participou da transmissão do principal telejornal da emissora em seus estúdios.

Ainda assim, no início da administração de Lula, especialmente durante o episódio de denúncias de corrupção que envolviam diversas figuras de seu primeiro escalão, parecia que se poderia chegar a uma situação de confronto aberto. O núcleo mais ideológico e principista de seu governo, que ainda era forte naquela época, capitaneado pelo seu então chefe da Casa Civil, José Dirceu, fez diversas articulações para ampliar o controle estatal da mídia.

Foi quando ocorreram situações como a decisão de cancelar o visto de trabalho do correspondente do jornal americano *The New York Times* e a tentativa de criar organismos governamentais como um Conselho Federal de Jornalistas e uma Agência Nacional do Audiovisual que, temia-se, pudessem a se tornar instrumentos de controle da liberdade de expressão. O presidente, que discretamente apoiava esses projetos, dava poucas entrevistas a meios de comunicação, nenhuma coletiva por anos, e criticava constantemente de modo muito áspero a atuação do jornalismo.

Mas o fim das investigações dos escândalos sem que o prestígio de Lula fosse abalado e com a derrocada de José Dirceu (que enfraqueceu o grupo mais à esquerda no governo), sua reeleição por larga margem em 2006, a fase de bonança econômica de todo o segundo mandato, seu crescente prestígio internacional e a maneira tranquila pela qual o país superou a crise financeira internacional de 2008 atenuaram bastante o clima entre o governo federal e os meios de comunicação, embora as divergências tenham se mantido, por vezes expressadas de modo contundente, e o governo não tenha desistido de procurar fórmulas para se comunicar diretamente com a população.

Protagonismo presidencial

Além da já citada TV Brasil, que tem sido um fracasso em termos de número de espectadores, o presidente tem um programa semanal de rádio, de grande repercussão, um blog, uma coluna semanal publicada em centenas de jornais populares. Um filme apologético sobre sua biografia, feito com o patrocínio de muitas grandes empresas, inclusive estatais, e com benefícios fiscais para os apoiadores, foi lançado, com grande polêmica, no final de 2009.

Além disso, foi realizada em dezembro de 2009 uma Conferência Nacional de Comunicação, que as empresas do setor decidiram boicotar, em que foram discutidos diversos projetos de lei ou outras iniciativas com o objetivo de aumentar os instrumentos de controle do Estado sobre os meios de comunicação, sob o manto do que os aliados de Lula chamam de “controle social da comunicação” e que seus inimigos acham que se constituíam em simples formas de domínio estatal da mídia.

Alguns veículos mais conservadores atacaram com virulência essas iniciativas, o que provocou reação não menos agressiva das ONGs desse setor e partidos políticos de esquerda que acusam os meios de comunicação de serem parciais a favor da oposição. O agravamento dos conflitos entre governo e mídia na Venezuela, Argentina, Bolívia e Equador incentiva o acirramento dessa retórica no Brasil, mas com poucos efeitos práticos até agora. Nenhum analista isento acredita que os meios de comunicação constituam um risco à governabilidade do país atualmente nem que o governo Lula esteja de algum modo empenhado em qualquer plano para restringir a liberdade de expressão no Brasil, que tem sido quase absoluta durante todo o seu governo.

A hostilidade retórica contra os meios de comunicação tradicionais por parte de integrantes e apoiadores do governo Lula (às vezes por parte do próprio presidente) continua, no entanto, a ocorrer. Algumas revistas semanais ou mensais (em especial “Carta Capital” e “Caros Amigos”), emissoras de TV (em especial as da Rede Record, acima citada, que pertence a uma Igreja evangélica que apóia o governo) e especialmente blogueiros com públicos de tamanho variado (mas nunca expressivo) são os pontas de lança desses ataques. Tem sido raro desde 2007 um ministro de Estado ou o presidente partir para o ataque contra a mídia tradicional, embora às vezes aconteça.

Perspectivas futuras

Apesar disso, não parece haver razão para se temer agravamento da situação no curto prazo, embora a eleição presidencial de 2010, na qual Lula não concorrerá, embora se mostre empenhadíssimo na campanha de sua candidata, a ministra Dilma Roussef, seja um fator que levará naturalmente à elevação da assiduidade e intensidade dos conflitos, o que já se pode ver.

As razões principais para a relativa calma predominante são a boa situação econômica do país, que beneficia a todos os setores da população, e os elevadíssimos índices de aprovação do desempenho do presidente pela opinião pública (na média em torno de 80%). Mas também contribui para isso a constatação de que o poder efetivo dos veículos de comunicação para afetar o resultado de eleições não é tão grande como muitos por muito tempo imaginaram, já que, apesar da simpatia da maioria deles pelos candidatos de oposição a Lula em 2002 e 2006, este se sagrou vencedor nos dois pleitos, com folgada margem de vantagem (quase dois terços dos votos no segundo turno dos dois pleitos).

O futuro de médio prazo, no entanto, pode se mostrar menos sossegado. A saída de Lula do primeiro plano da cena política é muito preocupante. Se a oposição vencer, é bastante provável que os agrupamentos ideológicos mais aguerridos que sempre o apoiaram e ficaram contidos em seus dois mandatos partam para a luta política de modo radical contra o novo governo. Se Dilma Roussef ganhar, é um enigma como ela irá se comportar, já que este é o primeiro cargo eletivo que disputa e é uma questão em aberto saber qual será o seu grau de flexibilidade no embate político, quesito em que o presidente Lula se tem mostrado um grande mestre. As primeiras indicações de seu comportamento na condição de candidata, como contínuas demonstrações de irritabilidade com perguntas de jornalistas que a contrariam, não são muito expressivas de tolerância e nem de gosto pelo diálogo de ideias.

Assim, embora não haja razão nenhuma para alarmismo, não é absurdo imaginar que a segunda década do século XXI contém o potencial para situações difíceis na relação entre mídia e Estado no Brasil, seja qual venha a ser o resultado da eleição presidencial de outubro de 2010.

La relación Medios y Estado en Brasil

Desde el retorno a la democracia en 1985 el periodismo brasileño se caracteriza en términos generales por su independencia y los medios más grandes y más reconocidos se encuentran en manos privadas.

Existe una relación directa entre el nivel de calidad del periodismo y el producto interno bruto de los Estados y municipios. Esta relación sintomática se evidencia en la baja calidad periodística de los Estados respecto a los Estados más ricos dentro de la Federación.

La línea editorial de los grandes medios es en general de orientación conservadora, aunque desde la asunción de Lula como Presidente se observan nuevas tendencias.

Si bien se evidencian avances respecto a la concentración en la propiedad de los medios, el pluralismo aún no es una tendencia dominante.

Una tendencia creciente es la compra de carácter informal de empresas mediáticas por parte de los políticos.

Otra tendencia reciente ha sido la propiedad informal de emisoras de radio y tv para el discurso religioso, en especial evangélico.