



OBSERVATORIO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO

Revista

**OBSERVATORIO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO**

Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe · IEALC

ISSN 1853-2713

<https://publicaciones.sociales.uba.ar/observatoriolatinoamericano/>

Volumen I · Número I (2017)

---

# O papel da mídia na batalha ideológica da América Latina

Dênis de Moraes

---

RECIBIDO: 17 de octubre de 2016

APROBADO: 15 de diciembre de 2016

## O papel da mídia na batalha ideológica da América Latina

Dênis de Moraes<sup>1</sup>  
Universidade Federal do Rio de Janeiro  
denisdemoraes@gmail.com

### Resumen

Análise do papel da mídia empresarial no atual cenário político da América Latina, no qual se projeta como um dos elementos essenciais na oposição aos governos progressistas, ou, em sentido inverso, como eixo de sustentação ideológica para os governos alinhados ao neoliberalismo. A partir de um estudo sobre a configuração do sistema midiático, examina-se como os meios massivos atuam nas disputas pela hegemonia política e cultural, em associação com elites, corporações e partidos conservadores com o propósito de enfraquecer e desestabilizar governos comprometidos com a soberania nacional, a inclusão social, a proteção dos direitos humanos e a regulação da comunicação audiovisual.

**Palabras clave:** *Mídia; América Latina; governos progressistas; hegemonia cultural e política*

### Abstract

Analysis of the role of the corporate media in the current political scenario in Latin America, which is projected as one of the essential elements in opposition to the progressive governments, or, conversely, as an ideological support for governments aligned to neoliberalism. From a study of the media system configuration, it examines how the mass media operate in disputes over political and cultural hegemony, in association with elites, corporations and conservative parties with the purpose of weakening and destabilizing governments committed to national sovereignty, social inclusion, human rights protection and regulation of audiovisual media.

**Keywords:** *Media; Latin America; progressive governments; cultural and political hegemony*

---

*Não nos enganemos: a mídia é o poder dos poderes, e na América Latina substitui descaradamente os partidos de oposição, de direita, aqueles responsáveis pelos saques e tragédias de nossa região.*

Rafael Correa, presidente do Equador, ao receber o Prêmio Rodolfo Walsh na Universidad Nacional de La Plata, Argentina, em 4 de dezembro de 2012.

*Para Atilio A. Boron*

### Introdução

Este trabalho analisa criticamente o papel desempenhado pela mídia empresarial no complexo cenário político da América Latina, no qual ela sobressai como um dos

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Pesquisador sênior do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), do Brasil. Pesquisador visitante na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), em Paris, França. Autor, coautor e organizador de mais de 30 livros publicados no Brasil, Espanha, Argentina, Cuba, México e Colômbia.

elementos essenciais nas duras campanhas opositoras a governos progressistas<sup>2</sup> ou, em sentido inverso, como eixo de sustentação ideológica de governos alinhados ao neoliberalismo.

Como pretendemos evidenciar, os veículos de massa se situam no centro das disputas pela hegemonia política e cultural, atuando em estreita associação com elites, corporações e partidos conservadores com o propósito de enfraquecer e desestabilizar governos comprometidos com a soberania nacional, a inclusão social, a proteção dos direitos humanos e a regulação da comunicação audiovisual. Estamos diante de uma contraofensiva que assume distintas feições em cada país, porém com focos comuns, entre os quais as objeções a uma maior intervenção do Estado em setores estratégicos da economia e a rejeição de medidas regulatórias que, a seu juízo, coloquem em risco a “livre iniciativa”.

Trata-se de um campo de tensões e antagonismos. De um lado, os grupos privados que controlam grande parte da cadeia de produção e difusão de conteúdos, dispostos a defender o *status quo* capitalista, suas margens de rentabilidade e a influência na definição de linhas de força do imaginário coletivo. De outro lado, anseios de amplos contingentes populacionais por justiça social, com redistribuição de renda e riqueza. Os governos mais sensíveis a esses anseios buscam traduzi-los em providências antimonopólicas e de apoio à diversidade informativa e cultural, cujos alcances dependem de peculiaridades, circunstâncias e resistências em cada conjuntura. As condições objetivas das batalhas políticas e eleitorais que se travam em países da região decorrem, em larga medida, das medições de força entre esses blocos radicalmente antagônicos.

Os meios empresariais cumprem função muitas vezes determinante nos jogos de consenso e dissenso que se estabelecem na sociedade, na medida em que reverberam em seus editoriais, noticiários e programações as posições pró-mercado, os valores burgueses e os interesses geopolíticos do imperialismo na região. Representam assim o que o filósofo marxista italiano Antonio Gramsci qualificou “a parte mais dinâmica” da superestrutura ideológica, percebida como “a organização material voltada para manter, defender e desenvolver a ‘frente’ teórica ou ideológica”, ou seja, um suporte do bloco conservador na batalha das ideias (Gramsci, 2000a: 78).

---

<sup>2</sup> Adoto o seguinte sentido para a palavra “progressista”: uma linha de pensamento que se comprometa explicitamente com tudo o quanto se possa mudar, transformar e humanizar na sociedade. Sentido bem próximo ao proposto por Raymond Williams: “Ainda se pode usá-lo simplesmente como termo oposto a conservador; isto é, para referir-se a alguém que aprova ou defende a mudança”. Williams observa que “progressista” tem sido usado tanto para referir-se à esquerda quanto para distinguir partidários de uma mudança “moderada e ordenada” (2007: 328-329).

### Cinco questões para entender a hegemonia midiática

Para entender as ações articuladas que os grupos privados que controlam grande parte da cadeia de produção e difusão de conteúdos desenvolvem na América Latina, devemos analisar características, métodos, intenções e alvos predominantes do sistema midiático hegemônico. Os cinco pontos examinados a seguir convergem e se integram nas engrenagens de veiculação.

1. Os conglomerados midiáticos detêm a propriedade dos meios de produção, a infraestrutura tecnológica e as bases logísticas, o que lhes confere proeminência nos processos de produção material e imaterial. A concentração dos processos produtivos e dos esquemas globais de distribuição e comercialização em torno de um punhado de grupos empresariais tem por finalidade garantir o maior domínio possível sobre a cadeia de fabricação, processamento, comercialização e distribuição dos produtos e serviços, ampliando consideravelmente a lucratividade.

A digitalização favoreceu a multiplicação de bens e serviços de infoentretenimento; atraiu *players* internacionais para operações em todos os continentes; intensificou transmissões e fluxos em tempo real; instituiu outras formas de expressão, conexão, intercâmbio e sociabilidade, sobretudo na internet (comunidades virtuais, redes sociais); e agravou a concentração e a oligopolização de setores complementares (imprensa, rádio, televisão, internet, audiovisual, editorial, fonográfico, telecomunicações, informática, publicidade, marketing, cinema, jogos eletrônicos, celulares, redes sociais, etc.). Tudo isso sob a égide de quatro vetores que fazem sobressair a mais-valia na economia digital: a tecnologia que possibilita sinergias e confluências; a distribuição de conteúdos gerados nas mesmas matrizes produtivas; a racionalidade de gastos, custos e investimentos; e extensas malhas de distribuição e comercialização (próprias, associadas ou compartilhadas).

Origina-se daí um sistema multimídia com flexibilidade operacional e produtiva, que inclui variedade de empreendimentos e serviços de amplitude imensurável, explorando tecnologias avançadas, fluxos velozes, espaços de visibilidade, malhas globais de distribuição, campanhas publicitárias mundializadas, técnicas sofisticadas de conhecimento dos mercados e elementos culturais os mais díspares. Um sistema cada vez mais subordinado a lógicas econômicas transnacionais, cujas intervenções em cada contexto nacional estão condicionadas por interesses privados, que se beneficiam, em vários países, de legislações anacrônicas e modos frágeis ou insuficientes de regulação (García Canclini, 2014: 129).

2. Em sintonia com Antonio Gramsci, inclui os meios de comunicação entre os aparelhos privados de hegemonia que operam na sociedade civil, caracterizando-os

como organismos relativamente autônomos em face do Estado em sentido estrito, como a imprensa, os partidos, os sindicatos, as associações corporativas, os movimentos sociais, a escola, a universidade e a Igreja. Tais aparelhos são os agentes da hegemonia, os portadores materiais das ideologias, que querem conquistar e sedimentar apoios junto a diferentes segmentos sociais, seja para manter a dominação, seja para contraditar seus pressupostos. Disseminam visões e modos de pensar que funcionam como caixas de ressonância de posições presentes nos embates entre classes ou blocos de classes pela liderança ideológica e cultural. Projetam-se como difusores de concepções particulares de mundo, que almejam legitimar-se no seio da sociedade (Gramsci, 2000, 2002a e 2002c). É o caso precípua da mídia, que se vale de seu raio de alcance massivo, de mecanismos de seleção de conteúdos e da capacidade persuasiva para interferir na compreensão da realidade pela opinião pública.

O sistema midiático demonstra capacidade de fixar sentidos e ideologias, selecionando os conteúdos que, a seu critério, devem ser vistos, lidos e ouvidos pelo conjunto do público. Por mais que haja escolhas, respostas e reações diferenciadas aos conteúdos recebidos pela audiência, sabemos que são os meios massivos que, na essência, definem os enfoques editoriais, quais são os atores sociais que merecem ser incluídos ou marginalizados em seus noticiários e programações, e quais as agendas e pautas que devem ser destacadas ou ignoradas no que poderíamos chamar de gestão midiática da realidade. Esses veículos difundem juízos de valor e sentenças sobre os fatos, como se autorizados a funcionar como uma espécie de tribunal, sem delegação para tal. Sua intenção, assumida mas não declarada, é disseminar informações, ideias e princípios que ajudem a organizar e a unificar a opinião pública em torno de determinadas concepções de mundo.

Não são neutros, como querem fazer crer; são parciais, tomam partido, defendem com unhas e dentes o lado que escolheram. Ao focalizar a imprensa italiana das primeiras décadas do século XX, Gramsci equipara os jornais a partidos políticos, na medida em que difundem concepções de vida que acabam por influir na definição de juízos e valores. Nesse sentido, tentam credenciar-se como órgãos de direção cultural, moral e política, sobrepondo-se, muitas vezes, a outros aparelhos privados de hegemonia que procuram encarnar a vontade geral, como partidos e entidades da sociedade civil. Interferem, com ênfases específicas, nos modos de avaliação e abordagem dos acontecimentos. Promovem ou desqualificam pontos de vista, de acordo com seus alinhamentos. Movem ataques contundentes, campanhas orquestradas e manobras diversionistas contra alternativas que contestem e possam ameaçar os fundamentos do jogo de poder vigente.

Ao apreciar as formas de representação de interesses, Gramsci ressalta que os jornais ligados à burguesia desempenham um papel de Estado-maior ideológico das classes dominantes, empresariais e financeiros, inclusive, muitas vezes, com “uma força dirigente em si mesma, superior a dos partidos e às vezes reconhecida como tal pelo público”. E completa:

Esta função pode ser estudada com maior precisão se se parte do ponto de vista de que um jornal (ou um grupo de jornais), uma revista (ou um grupo de revistas) são também “partidos”, “frações de partido” ou “funções de determinados partidos”. Veja-se a função do *Times* na Inglaterra, a que teve o *Corriere della Sera* na Itália, e também a função da chamada “imprensa de informação”, supostamente apolítica, e até a função da imprensa esportiva e da imprensa técnica. (Gramsci, 2002: 349-359).

Dessa forma, os meios que atuam como partidos se afiguram como centros de produção, enquadramento ideológico, divulgação e distribuição de conteúdos em diferentes plataformas de difusão, realizando mediações entre experiências efetivas do real e as interpretações que, a seu critério, devem norteá-las.

Quando se proclamam intérpretes do senso comum e da vontade geral, querem resguardar-se de questionamentos e proteger-se de impugnações, pois, na prática, divulgam suas próprias avaliações do real histórico. Aliás, costumam repetir que só manifestam suas opiniões nos editoriais – como se as pontuações ideológicas não pudessem ser desvendadas na hierarquização das notícias e nas tramas discursivas. Edward Said analisa bem implicações dessas manobras presentes nos discursos midiáticos. De início, chama a atenção para o fato de que há variações em noticiários e abordagens de jornais e emissoras de rádio e televisão, indicando que “editoriais e artigos não são unânimes e, na esfera do visual, certas imagens alternativas vêm nuançar ou contradizer outras imagens recorrentes”. A despeito dos discursos persuasivos que atravessam os noticiários, o autor observa que “não somos tributários de um aparelho de propaganda centralizado”. Realmente, seria supor que existe uma fábrica única de conteúdos que simplesmente os distribui pelos canais, desconsiderando alinhamentos políticos, ênfases ideológicas, idiossincrasias, disputas de mercado e ressonâncias sociais que existem, em maior ou menor grau. Ao mesmo tempo, Said ressalta ponto essencial no exame crítico da produção informativa de grande parte dos veículos hegemônicos:

Mas, apesar de certa diversidade, precisamos admitir que a mídia produz uma informação que não é espontânea nem “independente”: a “atualidade” não brota do nada, as imagens e as ideias não são extraídas da realidade para ser instantaneamente submetidas aos nossos olhos e aos nossos espíritos, a verdade não está diretamente ao nosso alcance e a gama de informações às quais temos acesso está longe de ser ilimitada. Como todos os meios de comunicação, a televisão, o rádio e os jornais aplicam certas regras e convenções para que as informações que eles transmitem sejam inteligíveis, e são estas regras e convenções que, mais frequentemente do que a realidade evidencia, conformam a produção midiática. Tais regras tácitas que transformam

eficazmente diversas realidades inacessíveis em “atualidade”, em “informações”, e a convicção, assumida pela mídia, de que a audiência fundamenta sua relação com o real com base em um arsenal de presunções favorecem a circulação de imagens uniformes e redutoras. Os meios, como empresas lucrativas, têm naturalmente interesse em promover certas imagens da realidade e eclipsar outras. Estamos, pois, em um contexto político, endossado pela ideologia que a mídia dissemina, sem encontrar uma verdadeira resistência, no inconsciente coletivo. (Said, 2011: 127).

**3.** Os aparatos midiáticos realizam o controle seletivo de informações e opiniões a serem divulgadas. Isso se manifesta no esvaziamento e na interdição de ideias antagônicas, bem como nas descontextualizações e generalizações que dificultam uma compreensão mais abrangente do público sobre as circunstâncias que envolvem determinados fatos e controvérsias. Procura-se reduzir ao mínimo o espaço de circulação de visões alternativas e contestadoras – mesmo que estas continuem se manifestando, se reelaborando e resistindo, notadamente no âmbito disperso e descentralizado da comunicação em rede. A meta é deter análises e expressões de dissenso, evitando atritos entre as interpretações dos acontecimentos e sua aceitação por parte de indivíduos, grupos e classes. Quando me refiro ao dissenso, tenho em mente as palavras de Jacques Rancière:

Dissenso quer dizer uma organização do sensível na qual não há realidade oculta sob as aparências, nem regime único de apresentação e interpretação do dado que imponha a todos a sua evidência. É que toda situação é passível de ser fendida no interior, reconfigurada sob outro regime de percepção e significação (...). O dissenso põe em jogo, ao mesmo tempo, a evidência do que é percebido, pensável e factível e a divisão daqueles que são capazes de perceber, pensar e modificar as coordenadas do mundo comum. É nisso que consiste o processo de subjetivação política: na ação de capacidades não contadas que vêm fender a unidade do dado e a evidência do visível para desenhar uma nova topografia do possível. (Rancière, 2012: 48-49).

O consenso fabricado no interior da mídia costuma situar o dissenso como “irresponsável”, “inconsequente”, “desagregador”, etc. Não se reconhece no dissenso “uma ação emancipatória ou de transformação, e sim um papel de antagonismo ao consenso”, o que leva à intolerância com a expressão democrática das diferenças e com as variáveis das questões (Miralles, 2011: 14). Um sintoma de interdição é o modo como reivindicações de movimentos sociais e minorias costumam ser tratadas. São subestimadas ou ignoradas, quando não desqualificadas sob o argumento de que defendem propostas “radicais”, “extremistas”. A vida das comunidades subalternizadas e pobres está ausente ou minimizada nos noticiários. É como se, para os principais jornais, revistas e telejornais, o cotidiano da escassez não merecesse mais do que esparsos registros ou não mais que coberturas de tragédias e escândalos.

A opinião pública é induzida ao convencimento de que só tem relevância social aquilo que se expõe em telas e monitores. Dentro dessa lógica, o que não aparece em

telejornais e portais dos grupos midiáticos, bem como em jornais e revistas de maior circulação, corre o risco de ser menosprezado ou desacreditado, aí incluídas outras abordagens que contrariam a orientação editorial e ideológica. Outro efeito colateral grave é desprezar formas legítimas e necessárias de manifestação de carências, desejos e aspirações. Em última análise, o que se manifesta à margem da grande mídia parece condenado ao esquecimento ou a uma repercussão de baixa densidade. A despeito das imensas dificuldades para ampliar a divulgação de visões alternativas, o pensamento crítico precisa contrapor-se aos discursos da mídia e ocupar todos os espaços, meios e canais disponíveis, físicos ou virtuais, com o intuito de desinterditar o debate, confrontar ideias e revelar as artimanhas ideológicas que, via de regra, condicionam os noticiários, ou partes deles.

4. A mídia se apropria de diferentes léxicos para tentar colocar dentro de si todos os léxicos, a serviço de objetivos particulares. Palavras e expressões que pertenciam tradicionalmente ao léxico da esquerda (reforma, inclusão, transformação social, revolução) foram usurpadas pelo conservadorismo e ressignificadas no auge da hegemonia do neoliberalismo, nas décadas de 1980, 1990 e parte de 2000. Atilio Boron observa que “as propaladas ‘reformas’ se materializaram em políticas tão pouco reformistas como o desmantelamento da seguridade social, a redução dos investimentos sociais, o corte nas verbas para a saúde, a educação e a habitação, e a legalização do controle oligopólico da economia” (Boron, 2002: 139-140). O certo seria usar o termo “contrarreforma”, pois se refere ao oposto do que faz supor a ideia de reforma para a transformação social: privatizações, desestatizações e desregulamentações. A “reforma” almejada é para privilegiar o capital e o mercado, cortar investimentos públicos, suprimir direitos trabalhistas, concentrar ainda mais a riqueza e a renda, enfraquecer o papel social do Estado, favorecer as ambições econômicas de *players* nacionais e transnacionais e submeter a soberania nacional e as políticas externas às injunções da geopolítica imperialista dos Estados Unidos.

A alteração intencional dos sentidos originais ignora, deliberadamente, que tais palavras correspondiam a tradições e identidades políticas reconhecidas e legitimadas na vida pública. O intuito é influir na assimilação de prismas de revelação de um determinado receituário político e econômico, por mais distorcidos que possam ser os significados sociais e as noções adotadas. Como, por exemplo, insistir em enquadrar o mercado de consumo como instância de organização societária, hipoteticamente habilitado a traduzir desejos e regular demandas da sociedade.

5. A maior parte dos espaços de opinião na mídia está preenchida por dois tipos de intelectuais: aqueles formados dentro das próprias empresas, em sintonia com determinados princípios ideológicos e medidas de valor; e aqueles escolhidos pelas



organizações midiáticas para exercer autoridade cultural a partir de suas especializações profissionais ou acadêmicas, fornecendo um quadro explicativo da realidade t afinado com o ideário capitalista. No primeiro caso, Carlos Nelson Coutinho não poderia ter sido mais preciso ao afirmar que “a mídia está criando o seu intelectual orgânico – alguém que ela projeta como intelectual, com menos autonomia e menos criatividade”. E acrescenta: “Os novos autores fazem seu aprendizado dentro da mídia. São organicamente constituídos como intelectuais da mídia, como produtores culturais da mídia” (Coutinho, 2004: 319). Uma parcela apreciável dos intelectuais formados dentro da mídia é integrada por editores, editorialistas e repórteres especializados que se convertem em articulistas e colunistas. Podem até ter títulos acadêmicos e veleidades intelectuais, mas interessa assinalar aqui que suas ascensões a postos de maior notoriedade, sem embargo dos méritos profissionais, refletem maior ou menor afinidade com premissas ideológicas que norteiam as políticas das organizações midiáticas. São poucos os que obtêm reconhecimento diferenciado para expor o contraditório e o antagônico. No segundo caso, a mídia elege os colunistas, articulistas e comentaristas que compõem uma força-tarefa cujos móveis principais são tentar convencer, fazer pressão e obter consenso em torno de seus pressupostos de análise. É composta por acadêmicos de fundações e institutos privados; economistas de consultorias e bancos; cientistas políticos; diplomatas ligados a centros de estudos; ex-ministros e ex-presidentes de bancos públicos, hoje na iniciativa privada; analistas de mercado; assessores financeiros de grandes empresas, entre outros. No entender de Pierre Bourdieu, porta-vozes da ordem nada mais fazem senão reforçar “uma ação permanente de propaganda (não existe outra palavra), à qual concorrem e colaboram todo um conjunto de agentes sociais, como os *think tanks* que produzem representações oficiais do mundo que, depois, jornalistas vão reproduzir e fazer circular” (Bourdieu, 2002: 447-458). Não são poucos os articulistas e colunistas sacramentados pela mídia que agregam às suas argumentações um conjunto de clivagens para tentar desqualificar o pensamento divergente: democracia e capitalismo, de um lado; populismo e demagogia autoritária, de outro. O ponto a ser fixado é o capitalismo como forma natural e necessária da economia moderna. O que equivale a exaltar suas virtudes para a produtividade, a competitividade e a lucratividade. Isso é patente em editoriais de economia, nas quais vozes contrárias ao neoliberalismo são descartadas em detrimento de especialistas que examinam a conjuntura com as lentes das taxas de juros, do superávit primário, da rentabilidade das grandes empresas e investidores, dos ganhos com bolsas e aplicações financeiras. E ainda se mostram vigilantes para contraditar medidas regulatórias do Estado (rotuladas de “intervencionistas”, “estatizantes”) que

interfirmam, segundo eles negativamente, nas atividades econômicas e nas expectativas do mercado.

Ao mesmo tempo que se esvazia a diversidade e se restringe a participação de intelectuais críticos nos debates, cresce a preferência por especialistas que, por suas trajetórias profissionais e posicionamentos, não trazem riscos de contrafação ideológica nem verbalizam interpretações que possam transgredir o limite do aceitável ou colocar em xeque alguns dos dogmas essenciais do sistema capitalista.

Enzo Traverso chama a atenção para as falsas neutralidades que brotam nas telas televisivas a cada eleição, quando cientistas e analistas políticos pinçados pelas emissoras ocupam os estúdios para comentar pesquisas, projetar cenários, explicar variações percentuais e mudanças de tendências. Raramente assumem seus perfis ideológicos e opções políticas, como se fossem “isentos” para abordar as contendas eleitorais. “Porém, esta aparência de neutralidade analítica, puramente técnica e calculadora, é na realidade aparente: busca neutralizar a reflexão crítica e naturalizar a ordem política”, resalta Traverso, acrescentando que, em casos assim, o papel do analista não consiste em questionar o caráter democrático do processo político e do sistema eleitoral, e sim apenas “explicar-nos como evoluem as forças em disputa e quantas possibilidades têm os distintos candidatos de chegar ao poder dentro do marco das instituições” (2014: 86-87).

O problema em si não é divulgar o que pensam os especialistas, até porque representam correntes de opinião e suas avaliações podem encontrar correspondência e aprovação em alguns segmentos sociais. Mas não há como desconhecer que vários desses especialistas vestem o figurino da “neutralidade analítica”, o que põe a descoberto, muitas vezes, os critérios funcionais de reconhecimento e exposição midiática da expertise. Assim como revela, em última análise, a adequação aos padrões seguidos pelas emissoras. Há programas de debates, sobretudo na televisão paga, em que a maioria dos participantes diz na essência a mesma coisa, apenas com nuances argumentativas. São defensores da doxa neoliberal – autonomia dos mercados, ajustes fiscais, privatizações a qualquer preço, Estado mínimo, “enxugamento” de gastos públicos, cortes de investimentos sociais, supressão de direitos trabalhistas e previdenciários, entre outras medidas. Uma vez ou outra, convida-se alguém “de fora”, mais independente, talvez para tentar passar a aparência de contraste. Mas a preocupação recorrente é contornar os temas incômodos e as abordagens indesejadas.

As produções se incumbem de selecionar os assuntos cabíveis e, tanto quanto possível, introduzir mecanismos de contenção, desde o controle do tempo das intervenções até a extensão dos desdobramentos dos assuntos propostos. Entre os episódios elucidativos,

está o relatado por Edward Said. Durante uma das brutais ações de guerra do governo de Israel em Gaza e na Cisjordânia, Said foi procurado para entrevistas pela mídia norte-americana em Nova York, onde era professor de Literatura Comparada da Columbia University, sabendo-se ser ele então o mais destacado intelectual da causa da libertação da Palestina. O relato de Said sobre um momento específico do conflito – organizações da luta armada palestina tinham feito reféns – indica como podem funcionar os bastidores:

Eles me ligavam e diziam: gostaríamos de entrevistar você no sobre a libertação de William Mann ou quem quer que tenha sido libertado antes dele. Eu dizia: claro, mas podemos falar também dos 15 mil prisioneiros políticos palestinos que são reféns dentro de Israel, na Cisjordânia e em Gaza? Não, não, não podemos falar disso, é uma notícia diferente. (...) É a ideia da designação, do foco concentrado sempre em um único tópico sobre o qual exigem que você discorra. Querem que você diga coisas completamente banais, só porque precisam que fique registrado que elas foram ditas pelo tipo de pessoa que você representa. (Said, 2013: 60-61).

Quando uma questão escapa ao previsto – por exemplo, quando se aprova alguma lei de interesse social ou trabalhista que contraria expectativas do mercado e do receituário econômico –, analistas confiáveis são mobilizados para expor os “malefícios”, os “enormes custos”, “os riscos”, “os desequilíbrios” supostamente provocados pelas medidas. Já quando corporações são favorecidas com “desonerações” tributárias ou financiamentos a juros baixos em bancos públicos, especialistas aparecem para ressaltar os “impactos positivos” e “ganhos produtivos”. Constrói-se assim, tomando partido, uma sistemática de veredictos convergentes, que praticamente monopoliza as tribunas midiáticas de opinião.

Por outro lado, um seletivo grupo de jornalistas assina quase diariamente colunas e artigos em jornais ou revistas, mantém blogs na internet, atua como comentaristas em telejornais e programas radiofônicos e ainda participa de coberturas especiais – não raro em veículos dos mesmos grupos midiáticos. A eles são dadas prerrogativas singulares dentro das hierarquias das redações, pois ganham notoriedade com a maior visibilidade, exercendo um poder de fogo praticamente sem paralelo no meio jornalístico, principalmente junto a formadores de opinião. Essa elite de profissionais funciona como porta-voz de influentes frações de classes e instituições hegemônicas, desempenhando funções propagadoras nas dimensões política e ideológico-cultural. É uma ação persistente, reiterada, hábil e persuasiva que visa disseminar concepções de mundo capazes de gerar convencimentos e encorajar determinados tipos de conduta frente à realidade – sejam tais concepções portadoras ou não de distorções e lógicas enganosas. O objetivo implícito, quase sempre, é produzir falas autorizadas e interpretações que possam influir, de algum modo, na formação dos valores e mentalidades. Pouco importa se, em certos artigos e colunas, os raciocínios, os juízos e as significações sejam

reducionistas e facciosos, se cotejados escrupulosamente com os acontecimentos e situações em que se inspiraram.

Se pensarmos que muitas análises de intelectuais midiáticos se sintonizam com posições expressas em editoriais das empresas em que trabalham e têm proximidade com as de agentes do mercado e grupos de pressão a elas associados, reunimos elementos para compreender como e em quais direções interferem nas batalhas ideológicas, do mesmo modo que comprovamos como o direito à opinião se restringe, frequentemente, a um espectro muito limitado de vozes “confiáveis”.

### **Transformações e campanhas opositoras**

As modificações nos sistemas de comunicação em países latino-americanos prosperaram a partir de fins dos anos 1990, com a ascensão de presidentes eleitos com as bandeiras da justiça social e da inclusão das massas nos processos de desenvolvimento, na sequência de mobilizações populares contra a degradação da vida social durante décadas de hegemonia do neoliberalismo.

Com as mudanças políticas desde a década de 2000, governos progressistas – notadamente os de Hugo Chávez na Venezuela; Rafael Correa no Equador; Evo Morales na Bolívia; e Néstor e Cristina Kirchner na Argentina – se comprometeram a levar adiante um conjunto de leis, normas e políticas públicas capazes de se opor à concentração da mídia, a partir do entendimento de que cabe ao Estado tentar compatibilizar os interesses público e privado e zelar pelo direito à comunicação, estimulando simultaneamente a diversificação das fontes produtoras e distribuidoras de conteúdos.

Cabe reconhecer que, apesar das dificuldades políticas e limitações econômicas, a América Latina tem se convertido em um laboratório de esperança para a democratização da informação, apesar de o cenário ainda estar dominado por conglomerados midiáticos, quase sempre vinculados a dinastias familiares. Pela primeira vez na história do continente, ações que visam reestruturar os sistemas de comunicação constam das agendas públicas da região, com base no convencimento, partilhado por governos progressistas e setores organizados da sociedade civil, de que as vozes sociais precisam expressar-se livremente. Nesse sentido, é imperioso enfrentar a dramática concentração da mídia nas mãos de um reduzido número de megagrupos. Entre os impactos mais graves da concentração, podemos apontar as políticas de preços predatórias destinadas a eliminar ou a restringir a concorrência; os controles oligopólicos sobre produção, distribuição e difusão dos conteúdos; a acumulação de patentes e direitos de propriedade intelectual por cartéis empresariais; e a padronização

de noticiários e das programações.

Entre as novas legislações antimonopólicas, destacam-se a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual da Argentina, a Lei Orgânica de Comunicação do Equador, a Lei de Comunicação Popular da Venezuela, a Lei Geral de Telecomunicações, Tecnologias de Informação e Comunicação da Bolívia e as Leis de Radiodifusão Comunitária e de Serviços Audiovisuais do Uruguai. Em linhas gerais, instituem parâmetros mais equilibrados para a licitação de outorgas de rádio e televisão e impedindo que as mesmas empresas acumulem canais de televisão abertos, a cabo ou via satélite, e emissoras de rádio AM e FM. Ao mesmo tempo, políticas públicas procuram diversificar os sistemas de comunicação, através de editais de financiamento a produções audiovisuais independentes, plataformas digitais, mídias alternativas e coproduções e redes alternativas de distribuição e exibição para filmes, documentários e seriados televisivos, além da geração e distribuição de conteúdos regionais e locais sem fins lucrativos. Os resultados variam em função de contingências políticas, peculiaridades socioculturais, fatores econômicos, conflitos judiciais e respaldos sociais.

Por seu turno, as resistências dos grupos midiáticos às mudanças em curso ou planejadas têm sido permanentes e insidiosas – desde a reiteração de abordagens completamente distorcidas sobre a regulação da radiodifusão sob concessão pública até a série de recursos ao Judiciário para tentar impedir ou protelar a aplicação das normas (como o fez o grupo Clarín na Argentina, no intuito de travar a vigência de artigos da “Ley de Medios”). Os discursos contra os governos progressistas insistem na falácia de que a “liberdade de expressão” estaria em perigo com as medidas introduzidas pelas novas leis. Na verdade, os conglomerados não admitem modificações que venham a afetar suas receitas com as joias da coroa – as licenças de canais de rádio e televisão. Também se voltam contra políticas públicas que promovam a inclusão social nos processos de desenvolvimento, do mesmo modo que se confrontam com deliberações governamentais que, a seu modo de ver, cerceariam os espaços de atuação dos agentes econômicos nacionais e estrangeiros. Por trás dessas artimanhas bem urdidas, está o temor dos grupos empresariais de perderem vantagens econômicas, influência política e o poder de interferir na formação dos juízos sociais, acumulados ao longo de décadas de cumplicidade com governos conservadores ou omissos e com ditaduras militares.

As corporações não hesitam em recorrer a mecanismos de indução ideológica, neutralização do dissenso e desqualificação das posições contrárias. Isso se evidencia no tratamento editorial maniqueísta que destaca os governos conservadores (qualificados como “liberais” e “democráticos”) frente aos progressistas (etiquetados como “populistas”, “autoritários”). Pascual Serrano avalia que “governos de direita ou de esquerda moderada, que respeitam os critérios e proposições do mercado e não se

enfrentam com multinacionais e grandes potências”, são beneficiados com noticiários favoráveis (2009: 137-138). Nesse caso estão Peru, Colômbia, México, Chile (durante o mandato de Sebastián Piñera, de 2010 a 2014) e Argentina (no governo de Mauricio Macri, iniciado em 10 de dezembro de 2015). Já em relação aos governos que se opõem ao ideário neoliberal, as coberturas não raro se baseiam em enfoques tendenciosos e denúncias de supostos malfeitos. Nos espaços de opinião se concede primazia a *think tanks* do conservadorismo, que se revezam na depreciação de governos e aliados progressistas perante leitores, ouvintes e telespectadores. Os editoriais dos principais diários confundem-se com tribunas doutrinárias, orientadas à reprovação sistemática de decisões do poder estatal, o que significa repetir à exaustão um quadro adverso e pretensamente insolúvel.

Analisando a batalha travada entre grupos midiáticos e governos progressistas, o jurista brasileiro Fábio Konder Comparato contesta os argumentos das corporações quanto a hipotéticos riscos de censura e dirigismo estatal. Ele ressalta que liberdades públicas e privadas não podem ser afetadas pela ausência de regulamentação da comunicação de massa. Foi o que aconteceu no Brasil, onde a Constituição de 1988 declarou livre a manifestação do pensamento (artigo 5º, inciso IV), mas deixou a regulamentação da matéria para a legislação ordinária – o que jamais foi feito, inclusive porque, como acentua o jurista, “o Congresso Nacional é sistematicamente paralisado pela pressão dominante das empresas de comunicação”.

Comparato argumenta que “se, numa sociedade de massas, as opiniões, ideias, protestos ou propostas só podem ser manifestados publicamente através dos meios institucionais de comunicação social, é evidente que esse espaço, por natureza público, não pode ser apropriado por particulares, atuando em ambiente não regulamentado”. Segundo o jurista, o conceito de liberdade de expressão está indissociavelmente vinculado aos direitos públicos e às aspirações coletivas, sem qualquer subordinação a interesses privados ou ambições particulares:

Nunca é demais repetir que público opõe-se a próprio. Público é o que pertence a todos. Próprio, o que pertence exclusivamente a um ou alguns. A comunhão ou comunidade é o exato contrário da propriedade. Nesse sentido, pode-se dizer que a liberdade de expressão, enquanto direito fundamental, não pode ser objeto de propriedade de ninguém, pois ela é um atributo essencial da pessoa humana, um direito comum a todos. Ora, se a liberdade de expressão se exerce atualmente pela mediação necessária dos meios de comunicação de massa, estes últimos não podem, em estrita lógica, ser objeto de propriedade empresarial no interesse privado. (Comparato, 2012: 11-18).

As políticas de regulação não se confundem com censura ou estatização dos sistemas de comunicação, ou de submeter as sociedades aos desígnios do governo de turno. São essenciais para pluralizar os processos comunicacionais, sem submissão aos mecanismos

de controle da palavra e da opinião adotados pela mídia hegemônica. Trata-se, em suma, de coibir a concentração monopólica e estabelecer uma divisão equitativa entre três instâncias envolvidas: o setor estatal/público, o setor privado/lucrativo e o setor social sem fins lucrativos, independente do poder estatal e constituído por entidades e movimentos comunitários, sociais, étnicos e de gênero, universidades, sindicatos, associações profissionais, etc. Critérios justos e transparentes para concessão de licenças de televisão e rádio são indispensáveis, já que a radiodifusão é parte dos bens públicos comuns, e desse modo não pode ser monopolizada por empresas privadas, como se fosse de sua exclusiva propriedade.

### **Considerações finais: dilemas e riscos**

Diante das instabilidades do quadro político latino-americano, torna-se precipitado asseverar que o horizonte de mudanças levará a alterações definitivas – até porque antagonismos, pressões e contradições interferem, em distintas intensidades, em cada realidade histórico-social. O destino dos governos progressistas na região ainda é incerto, tendo em vista as crises econômicas, as instáveis correlações de forças, as oscilações eleitorais, as batalhas judiciais movidas por grupos privados contra legislações antimonopólicas, os fatores culturais, as insatisfações sociais, as avaliações por vezes equivocadas dos blocos progressistas no poder ou fora dele, etc.

No campo específico da comunicação, deve-se reconhecer que os avanços, tanto no âmbito do Estado quanto na sociedade civil, ainda não foram suficientes para reduzir o enorme peso histórico dos conglomerados midiáticos. O poder de fogo da mídia empresarial dificulta o esclarecimento da sociedade sobre a urgência de um sistema democrático de comunicação, porque inibe o debate e incute em setores da opinião pública argumentos unilaterais que não correspondem à realidade vivida por cada país.

Os governos progressistas latino-americanos, com seus acertos e erros, não são fortalezas inexpugnáveis; há discrepâncias, disputas e divisões internas, bem como dificuldades de coordenação política, de conscientização, politização e organização de setores populares, de maior articulação com movimentos sociais e expressões organizadas da cidadania. Não se pode negligenciar a tendência de meios estatais de privilegiarem excessivamente agendas positivas e pronunciamentos oficiais, sem apreciar na devida conta problemas econômicos, políticos e sociais, os quais vêm debilitando a imagem de gestões progressistas perante segmentos ponderáveis da população.

A queda de braço com o conservadorismo está longe de ter sido vencida. As derrotas dos governos da Venezuela e da Bolívia, respectivamente, nas eleições legislativas de

dezembro de 2015 e no referendo para reforma constitucional em fevereiro de 2016, na sequência da vitória da direita nas eleições presidenciais da Argentina em novembro de 2015, representaram duros reveses aos projetos políticos, econômicos, sociais e culturais dos blocos progressistas e de esquerda. Um dos efeitos mais perversos dessas reviravoltas são as supressões de conquistas sociais importantes obtidas nas duas últimas décadas, bem como as inflexões na regulação da mídia, que se evidencia, por exemplo, na contrarreforma em curso para reduzir o alcance e desfigurar a “Ley de Medios” argentina.

A ofensiva do neoliberalismo exige, por parte das forças que conduziram até aqui os processos de transformação socioeconômica e cultural, autocríticas, reavaliações de estratégias e renovações de políticas públicas e programas. Sem falar nos desafios postos a modelos de desenvolvimento inclusivos e autossustentáveis em meio a economias globalizadas sob o jugo do capital financeiro especulativo. Podemos deduzir que não basta ter no papel legislações avançadas para garantir mudanças consistentes; se as condições políticas e sociais requeridas para a sua plena vigência não forem alcançadas, haverá sempre o risco de sofridos retrocessos, aí incluída a meta de fortalecer o direito humano a uma comunicação plural.

## Referencias bibliográficas

- Agamben, G. (2015). *Meios sem fim: notas sobre a política*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Boron, A. A. (2013). *América Latina en la geopolítica del imperialismo*. Buenos Aires: Luxemburg.
- Boron, A. A. (2002). *Imperio & imperialismo. Una lectura crítica de Michael Hardt y Antonio Negri*. Buenos Aires: Clacso.
- Bourdieu, P. (2002). *Interventions, 1961-2001. Science sociale & action politique*. Paris: Agone.
- Chomsky, N. & Herman, E. S. (2008). *La fabrication du consentement: de la propagande médiatique en démocratie*. Paris: Agone.
- Comparato, F. K. (2012). “Prefácio”. In: Lima, Venício Artur de. *Liberdade de expressão vs. liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia*. São Paulo: Publisher.
- Coutinho, C. N. (2004). “Intelectuais, luta política e hegemonia cultural. In: Moraes, D. (org.). *Combates e utopias: os intelectuais num mundo em crise*. Rio de Janeiro: Record.
- García Canclini, N. (2014). “Reconfiguraciones mediáticas en la sociedad mediatizada”. In: Schuliaquer, I. *El poder de los medios. Seis intelectuales en busca de definiciones*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Gramsci, A. (2000, 2002a, 2002c). *Cadernos do cárcere* (vols. 2, 3 e 6). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Gramsci, A. (2004a, 2004b). *Escritos políticos* (vols. 1 e 2). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Loreti, D. & Lozano, L. (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Miralles, A. M. (2011). *El miedo al disenso. El disenso periodístico como expresión democrática de las diferencias y no como provocación de violencia*. Barcelona: Gedisa.
- Moraes, D. (2016). *Crítica da mídia e hegemonia cultural*. Rio de Janeiro: Mauad/Faperj.
- Moraes, D. (2011). *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progressistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.



- Moraes, D. (org.). (2010). *Mutaciones de lo visible: comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Moraes, D., Ramonet, I. & Serrano, Pascual. (2013). *Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información*. Buenos Aires: Biblos.
- Rancière, J. (2012). *O espectador emancipado*. São Paulo: Martins Fontes.
- Said, E. (2013). *A pena e a espada: diálogos com David Barsamian*. São Paulo: Editora Unesp.
- Said, E. (2011). *L'Islam dans les médias: comment les médias et les experts façonnent notre regard sur le reste du monde*. Paris: Actes Sud.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Península.
- Serrano, P. (2016). *Medios democráticos. Una revolución pendiente en la comunicación*. Madrid: Foca.
- Traverso, E. (2014). *¿Qué fue de los intelectuales?*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Williams, R. (2007). *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo.
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura: políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.