

Cisneros, o poder e os limites da mídia

¹José Arbex Jr.

RESUMO

Na Venezuela, os meios de comunicação de massa funcionam como o principal articulador da oposição ao presidente Hugo Chávez. Por meio de seu empresário mais importante, Gustavo Cisneros, organizaram um fracassado golpe de Estado, em abril de 2002, e tentaram construir uma agenda política destinada a criar uma situação de ingovernabilidade do país. Sucessivas vitórias políticas de Hugo Chávez, consagradas pelos resultados do referendo revogatório de 15 de agosto de 2004, entretanto, demonstram claramente os limites da mídia como protagonista político, bem como a capacidade da sociedade de resistir organizadamente às tentativas de manipulação do imaginário. Trata-se de um caso particularmente importante para aqueles que tentam entender de que maneira funcionam as imbricações entre mídia e poder político.

Palavras-chaves: Meios de comunicação de massa, manipulação, poder político, golpe de Estado.

ABSTRACT

In Venezuela, the broadcasting corporations work as the main organizers of the opposition to president Hugo Chávez. Articulated by their most important entrepreneur, Gustavo Cisneros, they organized an unsuccessful coup d'état, in April of 2002, and they tried to build a political agenda destined to create a situation of political and social chaos in the country. Successive political victories of Hugo Chávez, consecrated by the results of the revocatory referendum, of August 15, 2004, however, clearly demonstrated the limits of the media as a political protagonist, as well as the capacity of the society to organize itself in order to resist the attempts of manipulation of the imaginary. It is a particularly important case for those who try to understand how media corporations relate to political power.

Key words: Mass media, manipulation, political power, coup d'État.

¹José Arbex Jr. é graduado em jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e doutorado em História Social pela USP (FFCLH – USP). É professor de jornalismo na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), editor especial da revista *Caros Amigos* e membro do Conselho Editorial do jornal *Brasil de Fato*. Atua como conferencista para instituições universitárias, sindicais e movimentos sociais em todo o país, e é autor e/ou co-autor de mais de trinta livros.

No dia 15 de agosto de 2004, 58,2% dos eleitores venezuelanos votaram pela continuidade do governo Hugo Chávez, em um processo de referendo revogatório inédito na história da América Latina e da democracia no mundo contemporâneo. Encerrava-se, então, mais uma etapa da guerra sem quartel movida pela oposição ao presidente Chávez, depois de ter assumido a forma de um fracassado golpe de Estado (abril de 2002), de uma paralisação geral da economia (dezembro de 2002 e janeiro de 2003) e de atentados terroristas, orquestrados por mercenários recrutados na Colômbia (abril e maio de 2004). O principal articulador da oposição é um poderoso empresário da mídia, Gustavo Cisneros, que utiliza amplamente os meios a sua disposição (televisão, jornais, emissoras de rádio) como instrumentos políticos. Por essa razão, a análise da história contemporânea da Venezuela oferece uma oportunidade fantástica de reflexão sobre o poder e os limites da mídia no mundo da política.

Curiosamente, sempre que se discutem as relações entre corporações, informação e entretenimento midiático, um dos primeiros nomes evocados é, com razão, o do magnata australiano Rupert Murdoch. Mas as circunstâncias políticas do mundo contemporâneo fizeram com que Cisneros encarnasse essa síntese com maior radicalidade e clareza. A tentativa de deposição de Chávez, em 11 de abril de 2002, teria sido completamente impossível sem o concurso da mídia, razão pela qual não há exagero algum na afirmação de que se tratou do primeiro “golpe de Estado midiático” de que se tem notícia. A Venevisión, maior rede de televisão da Venezuela e parte do império Cisneros, elevou a extremos aquilo que faz, por exemplo, a Rede Globo no Brasil, quando se trata de apoiar ou “satanizar” políticos, partidos e ideologias. Perto da campanha sistemática da Venevisión contra Chávez, a famosa edição do debate eleitoral feita pela Rede Globo, em 1989, entre os então candidatos à Presidência Fernando Collor de Mello e Luís Inácio Lula da Silva, faz com que Roberto Marinho pareça um poço de democracia e candura.

Tanto Cisneros quanto Marinho fazem parte de determinada lógica política historicamente construída, e só nessa condição podem ser devidamente compreendidos. É impossível fazer uma leitura séria sobre o desenvolvimento da

história mundial contemporânea, nas últimas décadas, e da América Latina, em particular, sem levar em conta a crescente influência da mídia – abrangendo jornalismo impresso, televisão e emissoras de rádio – e a sua manipulação por um grupo reduzido de proprietários. Os donos da mídia tiveram intensa participação na articulação dos golpes militares praticados nos anos 1960 e 1970, incluindo o brasileiro (1964) e o chileno (1973), apenas para citar dois exemplos bem conhecidos. A manipulação do imaginário de leitores, ouvintes e telespectadores, como já foi suficientemente demonstrado em outros trabalhos, foi decisiva para assegurar o apoio da classe média aos regimes golpistas.

No caso brasileiro, o conjunto da “grande imprensa” fez uma campanha de oposição à posse de João Goulart após a renúncia de Jânio Quadros, assim como atacou de forma sistemática o governo Jango e manifestou apoio em massa ao golpe de 31 de março. Também é de conhecimento público e notório o papel fundamental que teve a Rede Globo no processo de consolidação do regime militar e na construção de um imaginário nacional feliz e harmônico: enquanto a rede de televisão transmitia a Copa do Mundo de 1970, direto do México para todo o Brasil, ao som do ufanista hino oficioso “Noventa milhões em ação”, a ditadura chegava ao auge de sua crueldade, com o general Emílio Garrastazu Médici no comando.

No Chile, o jornal diário de maior tiragem no país, *El Mercurio*, foi o mais importante representante da “sociedade civil” na articulação do golpe que depôs Salvador Allende pelas mãos sangrentas do general Augusto Pinochet, devidamente orientado pelo então presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon, e seu fiel escudeiro, o secretário de Estado Henry Kissinger. É suficientemente esclarecedor o seguinte relato, feito com base nos arquivos da CIA e revelado ao mundo pela Comissão Church do Senado dos Estados Unidos, formada para investigar a ação do serviço secreto no processo que resultou na deposição e morte de Salvador Allende:

A reunião entre [o presidente Richard] Nixon e [o dono do *El Mercurio*, Augustín] Edwards realizou-se no dia seguinte, 15 de setembro de 1970, o que indica a prioridade que a Casa Branca atribuía ao assunto (...). O que

aconteceu nessa reunião? Em síntese, o poderoso empresário chileno Augustín Edwards pediu a ajuda dos Estados Unidos para impedir o desastre no Chile. [O então secretário de Estado Henry] Kissinger, em suas memórias, atribui ao chileno Edwards a responsabilidade de ter pressionado Nixon, de ter “esquentado” a sua disposição de tomar atitudes drásticas. Edwards, por sua vez, mantém até hoje que somente foi “informar” sobre o que acontecia no Chile (Verdugo 2003: 59).

O Informe Church é taxativo ao afirmar que

a CIA gastou mais de 1,5 milhão de dólares para apoiar *El Mercurio*, o principal diário do país e o mais importante canal de propaganda contra Allende. De acordo com os documentos da CIA, estes esforços tiveram um papel significativo na criação das condições para o golpe militar. (...)

A CIA utilizou a transnacional ITT como ponte para entregar as remessas de dólares ao *Mercúrio* (Ibid.: 119).

Historicamente, em todo o mundo, criou-se uma trama política que articula os donos das corporações midiáticas, os centros políticos de poder e as transnacionais. O resultado da equação é a “indústria da manipulação de consciências”, vital ao processo de formação de consensos e legitimação de medidas de força (ataques a populações civis, invasões de países, adoção de leis arbitrárias que suspendem a vigência dos direitos civis etc.). O desenvolvimento dessa indústria faz com que a capacidade de influência da mídia sobre a opinião pública seja incomparavelmente maior hoje do que a exercida naquelas décadas (Arbex 2002).

Basta lembrar a cobertura da Guerra do Golfo, em 1991, quando a mídia foi capaz de mostrar uma “guerra sem mortes”, apesar de, na realidade, terem morrido pelo menos 150 mil pessoas. Na América Latina, os efeitos dessa indústria são devastadores, pois atingem um público pouco habituado à leitura crítica e à reflexão sistemática, e extremamente vulnerável ao noticiário televisivo, bem como às sugestões propostas por telenovelas e programas ditos de “entretenimento”. O império Cisneros oferece um exemplo cristalino dos métodos de ação política da mídia, assim como de suas limitações.

Cisneros é o terceiro homem mais rico da América Latina (atrás apenas de Carlos Slim, presidente da *Teléfonos de México*, que adquiriu, em abril de 2004, o controle da Embratel, e da família Safra de banqueiros). É sócio da Univisión (maior rede de TV em língua espanhola dos Estados Unidos), da DirecTV Latin América, da Chilevisión, da rede colombiana Caracol e de outra rede no Caribe, além de controlar a Venevisión, em seu próprio país. Tem outros interesses, é claro, como o controle da distribuidora da Coca-Cola venezuelana. Em junho de 2004, o empresário fez uma visita ao Brasil, e um de seus objetivos declarados – entre outros não tão explícitos – era acertar os detalhes para a compra do SBT, a rede de televisão de Sílvio Santos. E também anunciou a sua intenção de unir-se a Murdoch para explorar a TV a cabo no Brasil. O próprio empresário declara:

Existe uma questão sendo analisada pelos reguladores no Brasil [o Conselho Administrativo de Defesa Econômica e a Agência Nacional de Telecomunicações avaliam a fusão, no Brasil, entre a DirecTV e a sua concorrente Sky, do australiano Rupert Murdoch. Se concretizado, o negócio terá 95% dos assinantes brasileiros de TV por satélite e mais de 30% do mercado total de TV por assinatura, estimado em 3,5 milhões de clientes]. No entanto posso dizer o que fizemos na Venezuela e em Porto Rico. Murdoch é um sócio muito bom porque entende de programação, assim como nós. Quer muito crescer no mercado em português. Pensamos que, para nós, é melhor conduzir o negócio com preços [de assinatura] baixos. Na Venezuela, na Argentina e em Porto Rico, já começamos a baixar os preços, e o número de assinantes começou a subir. Temos de dar outras opções e preços mais baixos para a classe média.

Mas Cisneros dificilmente veio ao Brasil para apenas tratar de assuntos empresariais, às vésperas da realização do histórico referendo revogatório de 15 de agosto. A Constituição venezuelana, promulgada em 1999, prevê um dispositivo que funciona da seguinte maneira: decorrida a metade do tempo de mandato de qualquer político eleito (federal, estadual ou municipal), é possível a qualquer pessoa pedir um referendo para decidir a continuidade ou não de sua gestão, bastando obter, em favor de sua proposta, um número de assinaturas equivalente a 20% do número total de votantes nas eleições concernentes. Se, por exemplo, alguém foi eleito prefeito de uma cidade com número total de dez mil votantes, basta conseguir 2 mil assinaturas para pedir um referendo revogatório.

No final de maio de 2004, a oposição a Chávez obteve, finalmente, o número necessário de assinaturas válidas para convocar o referendo. O resultado final superou por pequena margem, quase ínfima, os 20% das assinaturas exigidas. É muito difícil alguém imaginar que, nessa situação, justamente quando todas as cartas foram lançadas sobre a mesa, Cisneros tenha deixado a Venezuela, ainda que por alguns dias, para tratar de assuntos empresariais relativamente secundários no Brasil. Mais provável é a hipótese de que ele tenha vindo “costurar” um apoio de empresários e “senhores da mídia” brasileiros para as articulações contrárias a Chávez.

Como observa o jornalista Renato Rovai, autor de uma tese de mestrado sobre a participação da mídia no golpe de 2002:

É evidente que Gustavo Cisneros não vai aparecer em nenhum programa pedindo ao povo venezuelano que vote contra Chávez no referendo. Vai se esconder completamente. Cuidará apenas de operar suas máquinas de poder – a mídia comercial local e ao redor do mundo que reverbera a lógica política neoliberal. (Jornal *Brasil de Fato*, nº 67, p. 11, 10 a 16 de junho de 2004)

Mesmo na vida cotidiana da Venezuela é muito raro ouvir um pronunciamento diretamente político de Cisneros (analogamente, apenas em raras ocasiões alguém ouviu afirmações públicas sobre conjuntura nacional da boca de Roberto Marinho). É nos bastidores que ele desenvolve suas ações. Nada poderia ser mais emblemático: no dia 13 de abril de 2002, Cisneros enviou um de seus próprios aviões à ilha de Orchilla, para onde Chávez fora conduzido pelos golpistas, para de lá conduzi-lo ao “exílio”. A manobra de deportação do presidente só não foi adiante porque a oposição não estava preparada para reagir ao setor das Forças Armadas leal ao governo, solidamente ancorado em imenso apoio popular. Preparava-se, então, um banho de sangue. O jornal mexicano *La Jornada* conta como foi um dos momentos mais dramáticos:

Um soldado [que estava em La Orchila] pega o telefone e chama outra base militar, alertando oficiais leais à Constituição. É instruído a tentar impedir o vôo. Assim que desliga, o aparelho volta a tocar. Um comandante chama o oficial responsável pela

custódia do presidente: “Escute, irmão. Você imaginou a tragédia que pode ocorrer neste país, se vocês levarem Chávez? Vai ser terrível. Aqui há um milhão de pessoas na rua”.

A precipitação dos fatos fez com que os golpistas entrassem em pânico e passassem a trocar múltiplas acusações de “traição”. Era o começo do fim da “quartelada”. Chávez foi libertado e retornou de La Orchila, de helicóptero, ao Palácio de Miraflores na manhã de 14 de abril, domingo, onde era esperado por centenas de milhares de pessoas. Encerrava-se, assim, um episódio de grande significação histórica para a América Latina: a nação venezuelana impôs um recuo à Casa Branca. Foi a primeira vez que aconteceu algo dessa magnitude, desde abril de 1961, quando Fidel Castro derrotou de forma humilhante, na Baía dos Porcos, o exército de cubanos contra-revolucionários armado e treinado pelo “democrata” John Kennedy.

O mais espantoso, no que se refere à atuação da mídia, é que durante aqueles dias de abril, nenhum veículo venezuelano usou a expressão “golpe”: o presidente havia “renunciado” ao cargo. Os generais golpistas, comandados por Efraín Vazquez, haviam prendido Chávez na noite de 11 de abril. Inicialmente, ele fora levado ao Forte Tiuna, a mais importante unidade militar de Caracas, escoltado pelo antigo ministro da Defesa, José Vicente Rangel, e pelo chefe da segurança do Palácio Miraflores, Manuel Rosendo. O general Lucas Rinón, chefe do Estado-Maior do Exército, anunciou a sua “renúncia”. Pedro Carmona, presidente da organização patronal Federación de Câmaras (Fedecâmaras), assumiu o governo. Nas 48 horas seguintes, Chávez seria conduzido a outros cinco pontos de “cativeiro”, tendo como destino final La Orchila, e de lá a deportação. O tempo todo, as notícias falavam na “renúncia” de Chávez. O Canal 8, televisão estatal, foi fechada. Como observa o jornalista Pablo Uchoa:

De fato, a mídia venezuelana (quase todos os jornais, todos os canais privados de TV, a maior parte das rádios) abandonou faz tempo qualquer intenção jornalística para trabalhar, *full time*, pela deposição do presidente. Houve abundância de informações sobre a primeira fase dos distúrbios, quando as mortes [de manifestantes] foram atribuídas pela oposição aos “chavistas”, e cobertura zero para o dia seguinte, quando os mortos é que eram “chavistas” (quatro vezes mais, aliás, do que as vítimas da véspera).

Seria um problema apenas para venezuelanos esse comportamento indecoroso da maior parte da mídia, se ele não ecoasse nos demais países. Primeiro, porque as agências de notícias internacionais, especialmente em países periféricos como são todos os da América Latina, usam muito o noticiário da mídia local, tomando-o como retrato real dos fatos. (Uchoa 2003: 10)

A maneira pela qual o bloqueio midiático foi rompido constitui, aliás, um capítulo por si só interessantíssimo, e mostra os limites do poder de manipulação do imaginário. Foi quase por acidente. Um soldado, momentaneamente deixado a sós numa sala com Chávez, na base militar naval de Turiamo, na manhã de 13 de abril, pergunta: “É verdade que o senhor renunciou?” O presidente responde: “Não renunciei nem vou renunciar”. O soldado bate continência e propõe: “Escreva-me algo neste papelzinho e jogue na lata de lixo, que eu volto e o recolho”. Chávez rabisca: “Eu, Hugo Chávez Frías, venezuelano, presidente da República Bolivariana da Venezuela, declaro: não renunciei ao poder legítimo que o povo me deu”. Poucas horas depois, via fax, a mensagem corria o país, reproduzida em pequenas impressoras e xerox. Foi o estopim das gigantescas manifestações que abortaram o golpe.

A mensagem de fax só teve tamanha eficácia por ter encontrado uma população muito bem organizada, nas favelas, nos bairros pobres da periferia de Caracas e nas cidades do interior. A experiência mostra, por contraste, de forma tão impressionante quanto cristalina, que a eficácia política da mídia é inversamente proporcional à organização popular. Quanto mais fragmentária, dispersa e solitária é a experiência do indivíduo no caos urbano, maior a sua passividade e vulnerabilidade aos conteúdos divulgados pela mídia. Em contrapartida, quanto mais organizada a sociedade civil, mais meios o indivíduo terá de refletir e tomar decisões políticas e revelar-se protagonista de sua própria história.

A articulação do golpe também mostrou não ser exato dizer que Cisneros e as demais empresas que constituem a mídia venezuelana fazem oposição a Hugo Chávez. O termo “oposição”, no campo da luta política, dá uma idéia de debate, contraste entre idéias, ideologias, programas de governo distintos. Não é o que se

passa na Venezuela. A mídia mente. Falsifica os fatos. Distorce deliberadamente a informação (como, de resto, faz a mídia internacional). Faz campanha sistemática de difamação do presidente. Os ataques da mídia ao governo venezuelano e à pessoa do presidente, em particular, são disseminados ao longo de toda a programação televisiva, incluindo programas gastronômicos e shows musicais. Foram completamente abolidas as fronteiras entre programas de entretenimento, jornalismo e debate político. Nos períodos mais intensos de mobilização, as emissoras chegam a dedicar horas a fio à cobertura, sem sequer manter intervalos de propaganda comercial, medida inédita quando se trata de mídia privada.

Testemunhei isso, como integrante de uma equipe de observadores internacionais, em novembro de 2003 (durante a campanha de coleta de assinaturas para a convocação do referendo revogatório, o “*firmazo*”) e maio de 2004 (no processo de validação ou não de assinaturas duvidosas, o “*reparo*”). A equipe de que fiz parte, formada por juristas, políticos, intelectuais, personalidades públicas e jornalistas, viajou a convite do Conselho Nacional Eleitoral (CNE), a mesma instituição que convidou a Organização dos Estados Americanos (OEA), e do Centro Carter (presidido pelo ex-presidente Jimmy Carter). Em novembro, nossa equipe percorreu pelo menos oitenta locais de assinaturas, em Caracas e no interior do país. Podíamos escolher livremente, sem qualquer “monitoramento” oficial. Para nossa surpresa, locais desertos eram mostrados pela televisão, no mesmo dia e na mesma hora, como se abarrotados de multidões que, em grandes filas, esperavam o momento de assinar a petição pelo referendo. Extraordinário! Em compensação, não vimos qualquer jornal ou emissora de televisão noticiar as fraudes, praticadas em escala industrial.

Os trabalhadores de grandes empresas, por exemplo, eram obrigados a assinar a petição, ou seriam demitidos. Os empresários chegaram ao requinte de confeccionar um “cartão de identidade” específico para esse fim. No cartão, havia espaços para a assinatura e a impressão digital do empregado, que deveriam ser conferidas e subscritas por um “fiscal” da oposição. Em hospitais, conversamos

com doentes que disseram ter sido obrigados a assinar, ou os médicos interromperiam o tratamento.

O CNE, uma instituição independente dos três poderes da República, concluiu que pelo menos 1,8 milhão das 3,4 milhões de assinaturas obtidas pela oposição apresentavam irregularidades (daí o “reparo”). Realizado o novo processo, agora com a aprovação do Centro Carter e dos fiscais da OEA, o CNE constatou que pelo menos 15 mil defuntos confirmaram sua assinatura, além de terem sido apreendidas cerca de 25 mil cédulas falsas de identidade (presenciamos a apreensão de quatrocentas delas). Em 29 de maio, nas dependências do CNE, fomos abordados por 120 trabalhadores da engarrafadora da Coca-Cola (propriedade de Cisneros) que haviam sofrido pressões para confirmar suas assinaturas. Nada disso apareceu na mídia. Ou apareceu de forma distorcida, como se os fatos tivessem sido “fabricados” pelo governo. Jornais e emissoras de rádio e televisão criaram, 24 horas por dia, a impressão de que Chávez é uma espécie de trapalhão isolado e acuado, mesmo quando isso entra em contradição com o mero fato de que a oposição fez tudo o que pôde para conseguir o apoio de escassos 20% dos eleitores.

O governo tem à sua disposição o Canal 8 (estatal), e agora impulsiona a construção do Canal Vive, destinado a funcionar como uma espécie de “janela” nacional da produção de dezenas de emissoras comunitárias e independentes formadas com o auxílio e estímulo do governo. Chávez quer constituir uma rede de meios comunitários que funcionaria como um caminho para a obtenção de informação alternativa. Trata-se de um experimento de amplitude inédita, ainda em seus primeiros passos, que aponta para perspectivas muito interessantes no sentido de democratizar realmente a informação. Tal rede, se formada, abrirá novas possibilidades aos profissionais da imprensa que, tradicionalmente, enxergam na “grande mídia” a única via de desenvolvimento profissional.

Em julho de 2004, fiz nova visita à Venezuela, dessa vez acompanhado por uma comissão de jornalistas e professores franceses especializados em crítica da mídia. Visitamos várias redações de jornais impressos e televisivos, entrevistamos

sindicalistas e professores venezuelanos, com o objetivo de entender um pouco melhor o quadro em que se estabelecem as relações entre o governo e a mídia privada. A jornalista Soraya Castellano, responsável pelo telenoticiário da RCTV, um canal que ataca o governo com especial virulência, diz nunca ter recebido qualquer orientação de seus chefes no sentido de dar “tratamento editorial” às reportagens, e afirma não haver censura à produção dos jornalistas. Norma Garcia, jornalista de *El Mundo*, faz afirmações semelhantes. Ela é diretora do Sindicato dos Jornalistas da Venezuela, cujo presidente, Gregório Salazar, apoiou o golpe de 2002. Já o jornalista Aram Rubén Aharonián e as professoras universitárias Maryclen Stelling (socióloga) e Olga Dragnic (jornalista), fundadores de um recém-criado Observatório da Imprensa, afirmam, categoricamente, que existe uma poderosa censura dentro das redações. Segundo Olga, o tema é motivo de grande preocupação entre os alunos de jornalismo.

Em entrevista com o próprio presidente Hugo Chávez, publicada pela revista *Caros Amigos*, abordei diretamente o tema das relações entre o seu governo e a mídia. Segue uma transcrição do trecho:

HUGO CHÁVEZ: Infelizmente, a imprensa na Venezuela é muito partidária e partidarizada. Não se preocupa com a objetividade dos fatos, mas sim com a campanha permanente contra o meu governo. Os donos dos meios de comunicação foram os principais articuladores do golpe de abril de 2002. É por isso que incentivamos a multiplicação de veículos comunitários, em todo o país. Criamos a TV Vive para funcionar como uma espécie de vitrine nacional de tudo o que se produz em termos de cultura na Venezuela. Sua meta é dar visibilidade à produção das comunidades étnicas, dos movimentos sociais, dos trabalhadores e jovens que jamais apareceriam nos canais privados. A TV Vive também tem a ambição de promover a integração dos povos latino-americanos, no contexto da criação da Alba. Queremos formar uma Rede Sul de televisão, para oferecer uma alternativa ao noticiário deturpado da rede CNN e dos veículos controlados pelo grande capital. Já estamos em fase adiantada de negociações com a Argentina sobre isso. E muita gente no Brasil está interessada em participar nesse projeto.

PERGUNTA: Mas os jornalistas acusam o governo de agredir repórteres, utilizar meios violentos para intimidar as redações, recusar informações. Afirmam serem obrigados a trabalhar com coletes à prova de bala.

HC: Nosso governo nunca agrediu nenhum jornalista, nunca fechou um jornal nem impediu a circulação de nenhuma edição. Ao contrário. A única emissora fechada na Venezuela foi o Canal 8 (estatal), tirada do ar por eles durante o golpe de abril de 2002. Pecamos, aqui, por excesso de liberalidade. Em qualquer outro país, os donos dos meios de comunicação teriam sido presos após o fracasso de um golpe de Estado que eles ajudaram a articular. Aqui não aconteceu nada disso. Ao contrário, na semana passada mantive uma reunião com Augusto Cisneros, o maior empresário da comunicação neste país, e um dos maiores do mundo. O que eles dizem é um absurdo.

PERGUNTA: Como o senhor espera resolver esse conflito com a imprensa?

HC: Nós estamos sempre abertos ao debate honesto e construtivo, que visa o bem do país. Nós aceitamos a divergência e o pluralismo das idéias, nos marcos do debate democrático e não na perspectiva violenta e golpista apontada por Carlos Andrés Pérez. Quando a oposição aceitar, finalmente, o caminho constitucional e entender que terá de trabalhar em termos construtivos, a relação com a imprensa tenderá a melhorar, como reflexo de um novo equilíbrio no país. É claro, também, que vamos prosseguir o nosso caminho de construção de uma imprensa independente, popular, plural e identificada com os nossos valores culturais. O caminho, portanto, é o do diálogo e da luta política democrática. (Revista *Caros Amigos*, nº 89 pp. 18-21, ago. 2004)

Se há alguma afirmação com a qual todos concordam é essa: a de que as relações entre governo e mídia refletem a polarização da sociedade venezuelana. A mídia se inscreve como protagonista, e demonstra grande eficácia. Mas as sucessivas vitórias do governo estabelecem claros limites ao poder de manipulação exercido pela “indústria do imaginário”. Não deixa de ser um alento para aqueles que ainda acreditam na luta política como meio de transformar o mundo e a vida.

Referências bibliográficas

- Action – Critique – Médias (Acrimed)*. Disponível em: <<http://www.acrimed.org>>.
- ANHAIA MELO, Geraldo. *Muito além do cidadão Kane*. São Paulo: Scritta, 1994.
- ARBEX JR., José. *O jornalismo canalha*. São Paulo: Casa Amarela, 2003.
- Brasil de Fato*, nº 67, p. 11, 10-16 jun. 2004.
- _____. *Showrnlismo – a notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela, 2002.
- BBC. Simon Hartog (Dir.). *Brazil – Beyond Citizen Kane* (documentário). Londres, 1993.
- CISNEROS, Gustavo (Entrevista). *Folha de S. Paulo*, Caderno “Dinheiro”, 17 jun. 2004.
- CHÁVEZ, Hugo (Entrevista). *Caros Amigos*, nº89, ago. 2004.
- MARINGONI, Gilberto. *A Venezuela que se inventa – poder, petróleo e intriga nos tempos de Chávez*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- MARTINS, Antonio & CUÉ, Reynaldo. “Cinco histórias venezuelanas”. *Oficina de Informações*. Disponível em: <<http://www.oficinainforma.com.br/>>.
- UCHOA, Pablo. *Venezuela: a encruzilhada de Hugo Chávez*, Rio de Janeiro: Globo, 2003.
- VERDUGO, Patrícia. *Allende – cómo la Casa Blanca provocó su muerte*. Santiago: Catalonia, 2003.