

Daniel C. Hallin*

Dos instituciones, un camino: A televisão e o Estado na eleição de 1994 no México#

Resumo

O artigo busca examinar o papel dos meios de comunicação no processo de mudança política ocorrido no México a partir de final dos anos 80, através da análise da cobertura política do principal telejornal mexicano, o programa *24 Horas*, durante a eleição de 1994.

Abstract

This article tries to examine the role of the mass media in the changing political process occurred in Mexico since the end of the eighties analyzing the political coverage of the most important Mexican TV news program 24 Horas during the 1994's elections.

Palavras-chave

media, telejornal, Estado, eleição, México

Keywords

media, TV news, state, election, Mexico

Após sessenta anos de um regime de "domínio unipartidário", o México parece estar em transição - lenta e dolorosamente, é verdade - para uma política pluripartidária, competitiva, e para o desenvolvimento de uma sociedade civil mais forte, mais independente (Cornelius, no prelo; Arredondo Ramírez, Fregoso Peralta e Trejo Delarbre, 1991). O começo da transição poderia ser situado em 1986, quando o PAN começou a desafiar, com sucesso, o PRI nas eleições estaduais e regionais, principalmente nos estados do Nordeste. Ela continuou em 1988, quando a Corriente Democrática desbancou o PRI e a oposição esquerdista unida sob Cuauhtémoc Cárdenas para montar um poderoso desafio eleitoral ao partido dominante. Em certo sentido, a eleição de 1994 poderia ser vista como uma restauração da hegemonia do PRI: o partido governante venceu muito mais facilmente do que em 1988. Mas, em outros aspectos, 1994 provavelmente aprofundou o processo de mudança. Mais importante talvez foi que em 1994 viu-se a transformação do Instituto Federal Electoral (IFE) de órgão do Estado e do partido governante em algo muito mais próximo de uma instituição pública independente. Isso teve importantes conseqüências para a

Trabalho apresentado no XIX Congresso Anual da Latin American Studies Association, Washington, D.C., 28-30 set. 1994.

Eu gostaria de agradecer a Virginia Escalante que fez a maior parte da codificação para este estudo, e a Andrés Villarreal, que me ajudou a organizar a pesquisa na Cidade do México. Jorge Pelayo também ajudou como pós-graduando assistente de pesquisa nos estágios iniciais desta pesquisa. Miguel Acosta V., Juan Molinar Horcasitas, Ricardo de la Peña, Raúl Trejo Delarbre, Florence Toussaint e Raymundo Riva Palacio me deram orientação e assistência inestimáveis. Tirei muito proveito, também, de minha participação no seminário Wayne Cornelius sobre democratização, realizado no Center for U.S./Mexican Studies na Universidade de Califórnia em San Diego. O financiamento da pesquisa foi fornecido por um Goldsmith Research Award (Prêmio de Pesquisa Goldsmith), do Joan Shornstein Barone Center on Press, Politics and Public Policy da Universidade de Harvard.

* Daniel C. Hallin é professor, pesquisador e chefe do departamento de comunicação da Universidade da Califórnia - San Diego.

conduta da eleição, e pode representar também um importante precedente na cultura política mexicana, um rompimento com a idéia - implícita no discurso político predominante, até agora - de que o país não pode ter existência política separada do partido governante. Além da arena eleitoral, houve também uma expansão das organizações civis, na medida em que o governo demonstrou-se frequentemente incapaz de responder à crise econômica e aos desastres naturais e, segundo algumas explicações, na medida em que as elites reformistas abriram, em certos casos, novos canais de participação fora do sistema clientelista (Foweraker e Craig, 1990; Fox, 1994).

Diante da mudança no sistema político, o papel dos meios de comunicação de massa deslocou-se cada vez mais para a vanguarda da atenção política. Isso começou em 1988, quando os candidatos de oposição começaram a focalizar a desigualdade de acesso aos meios de comunicação de massa como uma das queixas políticas mais importantes. O protesto mais conhecido foi um boicote ao principal programa noticioso da Televisa, *24 horas*, que foi organizado pelo candidato Manuel Clouthier, do PAN. Por volta de 1994, o acesso aos *media* estava no primeiro plano da agenda política como tópico fundamental de negociação entre o Governo e os partidos, uma vez que o Governo tentava mudar para regras eleitorais que fossem vistas como mais legítimas, um objetivo a ser atingido, apesar dos protestos da oposição e de ser um tópico frequente de discussão na imprensa.

Meu objetivo aqui é examinar o papel do noticiário de televisão na política mexicana durante esse período de mudança, através da análise da cobertura política do programa *24 horas* durante a eleição de 1994. O papel dos *media* no desenvolvimento da democracia na América Latina é espantosamente pouco teorizado. A maioria dos trabalhos genéricos sobre as transições democráticas quase nada falam sobre o assunto. No bem conhecido livro de O'Donnell, Schmitter e Whitehead, *Transitions from authoritarian rule: Latin America* (1986), por exemplo, não se encontram registros no índice nem para "imprensa" nem para "*media*". Como ponto de partida para uma teorização do papel dos *media* nas transições democráticas, e como base estrutural de organização da minha discussão sobre a cobertura política da Televisa, gostaria de propor a seguinte distinção. No nível mais simples, o papel dos *media* na construção de um processo político pode ser pensado de dois modos: como um *recurso*, cuja alocação afeta a capacidade das diferentes forças políticas para competir funcionalmente, e como um *definidor de cultura*, que desempenha um papel na reprodução ou transformação de uma visão sobre o mundo político.

A discussão pública sobre o papel político dos *media* no México está centrada em torno da primeira dessas concepções. É um debate, acima de tudo, sobre os modos como nivelar o campo do jogo político. Para uma competição eficiente é preciso que os partidos de oposição possam contar com instituições neutras que impeçam a manipulação da contagem eleitoral, que haja uma igualdade razoável no acesso a recursos materiais e, provavelmente logo depois dos dois primeiros em importância, que todas as forças políticas tenham acesso razoável aos meios de comunicação de massa. Seria um exagero dizer que é impossível para uma oposição política mobilizar apoio eleitoral num contexto em que ela é amplamente excluída do acesso aos meios de comunicação de massa. Às vezes

podem ser construídos canais alternativos de comunicação e, algumas vezes, os públicos podem criar "leituras oposicionistas" do conteúdo dos *media*. Afinal de contas, o PRD gerou um considerável apoio público em 1988, num contexto de extrema desigualdade de acesso aos *media*. Mas isso é um feito raro, e a equidade no acesso aos *media* é certamente uma das condições fundamentais para o funcionamento de um sistema democrático competitivo a longo prazo. O mesmo princípio se aplica, naturalmente, além dos limites da arena eleitoral: a capacidade dos diversos grupos sociais para participar da vida política depende, em grau nada pequeno, de seu acesso aos meios de comunicação de massa. Como iremos ver, uma grande quantidade de pesquisa foi dedicada a avaliar, durante as duas últimas eleições presidenciais, o equilíbrio político de acesso aos *media*.

A segunda parte deste trabalho focaliza o desenvolvimento da segunda, e menos estudada, dessas duas perspectivas sobre os *media* e a democracia no México. Os meios de comunicação de massa desempenham um papel importante na transição para a democracia, não apenas porque são um recurso que afeta o campo de jogo da competição política, mas também porque são um terreno chave para a reprodução ou a transformação da cultura política. Os *media* reforçam ou, em alguns casos, ajudam a mudar os valores e as expectativas políticas da sociedade, seu sentimento básico sobre o objeto de que trata a vida política. Eu argumentarei, particularmente, que os elementos autoritários da cultura política mexicana estão baseados nos valores noticiosos básicos e nas formas representacionais do noticiário da Televisa, e que são propagados essencialmente por todas as suas reportagens sobre a política e a sociedade.

Dois pontos finais sobre a estrutura conceitual deste trabalho devem ser realçados antes que continuemos. Primeiro, ao fazer uma distinção entre o papel dos *media* como um recurso de competição política e como um definidor de cultura política, não pretendo dizer que esses papéis são completamente separados. Pelo contrário, eles são intimamente ligados. Em primeiro lugar, o acesso que os *media* concedem às diferentes forças políticas é uma das mais importantes afirmações simbólicas de valor político dos *media*. E, ao mesmo tempo, a cultura política é importante, em parte, porque é em si mesma um recurso político que afeta a lisura do campo do jogo político: por exemplo, se as eleições são entendidas pela maioria do público como uma expressão de deferência à autoridade, ao invés de um exercício de opção pelos cidadãos, se alguma idéia de cidadania ativa e de competição eleitoral não faz parte da cultura política, isso obviamente tornará difícil para os partidos de oposição mobilizar apoio.

Segundo, ao refletir sobre o papel dos *media* na mudança política é importante ter em mente que os *media* são parte de um processo de mudanças interrelacionadas, e não simplesmente uma variável "independente" ou "dependente". Estou interessado em estudar o papel dos *media* numa transição democrática, em parte porque acredito que eles são importantes - acho que os partidos de oposição no México estão absolutamente corretos quando afirmam que o México não pode conseguir uma "*democracia sin tachas y sin adjetivos*", sem uma importante mudança nos meios de comunicação de massa. Ao mesmo tempo, os próprios *media* reagem obviamente às condições políticas em mudança, e é importante entender quais as forças que moldam a estrutura e a prática dos *media* noticiosos, assim como questionar como os *media* moldam o processo político.

Televisão e 24 horas

O sistema político do México é único de diversas maneiras, havendo o PRI se mantido no poder por mais tempo do que qualquer outro partido político no mundo. E o mesmo se pode dizer do seu sistema de *media*. Não existe provavelmente outro país de tamanho comparável que tenha tanta concentração de poder sobre os *media* privados comparável à empresa de televisão predominante do México, a Televisa (Adler, 1993; Trejo, 1988; Trejo, 1985; González Molina, 1987; González Molina, 1990; Arredondo Ramírez, 1991). A TV Globo do Brasil é, naturalmente, a que mais perto se aproxima em termos de comparação. Mas a TV Globo controla "meros" dois terços da audiência televisiva do Brasil; a fração de mercado da Televisa, de 90%, é inigualada. O império da Televisa ultrapassa a televisão, é claro. A Televisa tem importantes operações nas áreas de editoria, rádio, cinema, música, esportes, e outros negócios dentro e fora dos *media*. Em 1991 ela tinha uma quota de 70% do total das contas de publicidade do México e \$2 bilhões em ativos; ela é uma das maiores exportadoras de programas de televisão do mundo. Mas sua importância na política mexicana deriva em grande parte de sua posição predominante na televisão.

No México, assim como na maioria dos países em desenvolvimento, a leitura de jornais é extremamente limitada, e os *media* eletrônicos, especialmente a televisão, conseqüentemente são de extraordinária importância para o processo de comunicação política de massa. Durante a eleição de 1994, pesquisas mensais realizadas pelo Gabinete de Estudos de Opinião, S.C., constataram que uma média de 51,2% da população no Valle de México respondeu que a televisão era seu "principal meio de informação". As pessoas que citaram o rádio e a imprensa indicaram na média 14,5% para cada um, com o resto dizendo que usavam várias fontes ou (cerca de 2%) nenhuma. 60% da amostragem investigada disseram que "eles se informavam pela televisão" todos os dias, enquanto que 24,8% disseram que utilizavam a imprensa para informação diariamente. 39,5% disseram que nunca se informavam pela imprensa. A percentagem que citou a televisão como o *medium* mais confiável era também extremamente alta - refletindo essencialmente os índices das pessoas que diziam que se apoiavam na televisão para informação, um fato que examinarei com mais detalhes posteriormente neste trabalho.

A televisão é claramente o *medium* mais importante de informação, e o programa de informação de TV mais importante também é claro: é a edição noturna do programa *24 horas* que aparece no "El Canal de las Estrellas", a rede "nacional" da Televisa, baseada no XEW, Canal 2 na cidade do México, sede das telenovelas mais populares. Segundo os índices do IBOPE, atualmente disponíveis para a área metropolitana da Cidade do México, *24 horas de Noche* teve um índice de 13,6 para o período de 23 de outubro a 27 de novembro de 1994. Existem duas transmissões noturnas que rivalizam: *Hechos*, na Televisión Azteca, uma recém criada rede privada, e *Enlace*, no Canal 11, uma estação do Governo que é dirigida por uma universidade da Cidade do México. Os índices que essas duas obtiveram na área da Cidade do México, para o mesmo período, fo-

ram de 5,0 e 3,0 respectivamente². Assim, *24 horas* é, de longe, a mais importante teletransmissão noticiosa noturna. É preciso notar que a Televisa produz também outras transmissões noticiosas com alto índice, inclusive o *24 horas de Tarde e Al Despertar*, uma transmissão matutina com índice quase tão alto quanto o *24 horas de Noche*.

Existem três maneiras pelas quais os partidos políticos podem ter acesso à televisão. Primeiro, eles podem comprar tempo de publicidade para "spots" políticos. Devido à sua enorme vantagem de acesso a fundos de campanha, porém, o PRI domina quase inteiramente esse tempo (Academia Mexicana de Derechos Humanos, 1994b). Segundo, as leis eleitorais dão aos partidos acesso a blocos de horários gratuitos para publicidade que eles mesmos produzem. Esse horário, porém, é muito tardio e em canais menos assistidos e não é levado muito a sério pelos partidos (Trejo, 1994). A questão fundamental, para os partidos de oposição, é o acesso à cobertura noticiosa, e nesse ponto eles indiscutivelmente estão certos. A força da televisão concentra-se na sua capacidade de formar audiências grandes, engajadas, confiantes, e no que interessa à política, as transmissões noticiosas da Televisa têm essas audiências como cativas.

Politicamente, as transmissões noticiosas da Televisa têm servido, simultaneamente, como um veículo de influência empresarial e como um órgão de publicidade para o Estado e o para o PRI, uma espécie de ministério extra-oficial da informação, ou, tomando emprestado o velho termo althusseriano, um "aparelho ideológico do Estado". As atividades noticiosas da Televisa chegaram à sua forma atual após a crise política de 1968, que culminou no "massacre de Tlatelolco", no qual centenas de estudantes que protestavam foram mortos pelo exército. Em seguida a esses eventos, Miguel Alemán Velasco, uma das figuras-chaves no que era então o Telesistema Mexicana, foi citado como tendo se queixado que a empresa "não tinha qualquer voz ativa, qualquer posição relativa à esses eventos críticos, que pudesse pôr em evidência e sustentar ante o país. O problema dessa empresa era que não dispunha de programas noticiosos para canalizar sua opinião" (González Molina, 1987, p.172). A resposta da Televisa foi acabar com seu velho sistema de venda de segmentos de tempo a patrocinadores para produzir programas noticiosos e criar seu próprio Diretório de Notícias que se transformou no produtor de toda a programação noticiosa da Televisa. A mudança para a centralização da produção noticiosa teve motivações tanto econômicas quanto políticas; as redes de TV norte-americanas passaram por uma evolução semelhante, no sentido de se distanciar de uma programação de patrocínio único. Mas, como indica a declaração de Alemán, a Televisa sempre encarou o noticiário como um meio de influência política; seus executivos intervêm com relativa frequência nas decisões sobre o noticiário, e seus jornalistas tendem a se ver mais como representantes da empresa do que do público em geral (González Molina, 1990).

Ao mesmo tempo, a atividade noticiária da Televisa funcionou a maior parte do tempo como um órgão do poder estatal, como uma voz do partido governante. Tal como muitas outras instituições no México que nominalmente pertencem à sociedade civil - sindicatos, por exemplo - os *media* de propriedade privada, in-

¹ Relatos publicados sobre esses estudos apareceram durante a campanha eleitoral em *etcetera*. Para uma discussão de estudos anteriores, ver DE LA PEÑA, R. & TOLEDO L., R. (1992a, b).

² ADCEBRA, Enero 1995, p.28-29. Ainda não existem índices disponíveis para a TV a cabo.

clusive a Televisa, foram integrados ao sistema de poder estatal. No caso da Televisa, como talvez em geral no caso das principais empresas, essa integração tem uma natureza mais de aliança entre iguais do que de subordinação ao Estado e ao PRI. Os proprietários da Televisa sempre fizeram parte do círculo do governo no México; incluem, é claro, a família Alemán, sendo que o Presidente Miguel Alemán tornou-se um dos primeiros investidores na televisão privada. A Televisa depende do Estado para descontos nos impostos, proteção contra competição, desenvolvimento infra-estrutural (por exemplo, de ligações de microondas e do sistema de satélite Morelos) e de muitos outros favores. E o Estado depende da Televisa para comunicar suas declarações e suas atividades ao público. Os interesses da administração da Televisa em manter essa aliança coincidem com muitas pressões que operam no grau mais baixo da hierarquia jornalística. Algumas dessas pressões são comuns ao jornalismo virtualmente em todos os lugares: a maioria dos jornalistas torna-se dependente em grau considerável das fontes governamentais, em parte porque essas últimas são capazes de oferecer informações utilizáveis muito eficientemente. Mas no México, como em muitos países em desenvolvimento, outros fatores reforçam esse padrão. Os jornalistas da Televisa, como a maioria dos jornalistas mexicanos, são relativamente mal pagos, e contam com pagamentos por parte de funcionários do Governo para elevar seus ganhos, o que é obtido em troca de publicidade favorável. Eles tendem também a ser relativamente pouco educados, o que introduz uma diferença importante de status entre eles e os membros do governo sobre quem fazem a cobertura³. Houve ocasiões em que a Televisa e o Estado tomaram caminhos diferentes, mais notavelmente na década de 1980, no que diz respeito à nacionalização dos bancos do México e aos conflitos na América Central. Mas na maior parte do tempo, como veremos, o noticiário da Televisa se parece com o que se esperaria encontrar num país em que o Estado tivesse controle direto da televisão.

Nas campanhas eleitorais, a Televisa tem tradicionalmente feito um relato altamente partidário em prol do PRI. No início da campanha de 1988, os altos funcionários da Televisa declararam explicitamente o apoio da empresa ao PRI, e os estudos sobre a reportagem do *24 horas* durante a eleição mostraram que as transmissões dedicaram mais de 80% de sua cobertura eleitoral ao candidato do PRI, em comparação com uma parcela de cerca de 2% e de 3%, respectivamente, para os dois principais partidos de oposição, o FDN e o PAN (Adler, 1993; Arredondo Ramírez, 1991). Como disse Adler, as campanhas eleitorais no México não são vistas tradicionalmente como uma escolha pública entre elites rivais; houve algumas vezes, aliás, em que o candidato do partido governante concorreu sem opositor, ainda que a campanha tenha seguido com igual energia - e igual atenção dos noticiários. As campanhas são encaradas como rituais políticos que marcam o acesso ao poder de um novo Presidente, e o relacionam com os símbolos de liderança nacional que prevalecem na cultura política mexicana. É dentro desse espírito que a Televisa tem tradicionalmente feito a cobertura das campanhas eleitorais.

³ Sobre os níveis de educação, ver González Molina (1990), p. 172. A importância da diferença de status que isso cria me foi apontada por Raymundo Riva Palacio.

Acesso dos partidos em 1994

Terá sido diferente o ano de 1994? A Tabela 1 mostra os resultados de dois estudos sobre as reportagens do *24 horas* relativas à campanha eleitoral de 1994. O primeiro é um estudo efetuado pela Academia Mexicana de Derechos Humanos (1994a), em conjunto com a Alianza Cívica. Esse estudo é, em si mesmo, uma parte significativa da mudança no cenário político mexicano: um grupo de cidadãos tomou a iniciativa de monitorar o conteúdo político dos meios de comunicação de massa, e tiveram seus resultados maciçamente publicados em parte da imprensa escrita mexicana. A AMDH gravou todas as transmissões do *24 horas de Noche*, bem como do *Hechos* da Televisión Azteca durante a campanha eleitoral, ainda que, devido a problemas técnicos em alguns dias, algumas transmissões não tenham podido ser analisadas, ou tenham sido analisadas apenas parcialmente. Em estágios posteriores da campanha, a análise foi estendida de modo a cobrir outras fontes de transmissão noticiosa além desses dois programas noticiosos noturnos. Os dados relatados na Tabela 1 cobrem o período de 3 de janeiro a 12 de agosto de 1994, e incluem tanto o *24 horas* quanto o *Hechos*.

Tabela 1

Tempo Dedicado aos Partidos Políticos pelos Telejornais Mexicanos, 1994

(Porcentagem do tempo total dedicado aos partidos e candidatos)

	Estudo de Hallin 24 horas	Estudo do AMDH 24 horas	Estudo do AMDH Hechos
PRI	38,8	33,7	42,0
PAN	10,4	12,6	18,2
PRD	14,8	15,6	18,7
Outros	36,0	38,1	21,0

A primeira coluna da Tabela 1 apresenta os resultados do meu próprio estudo. Esse estudo foi baseado em uma amostragem das transmissões de dois dias da semana do programa *24 horas de Noche*, selecionados aleatoriamente em cada semana, de 3 de janeiro até 26 de agosto (o fim-de-semana que se seguiu à eleição). Em alguns casos, dificuldades técnicas obrigaram a substituição de uma ou outra data ou deixaram vazios na amostragem. Fizemos também a gravação de uma transmissão de 3 de dezembro de 1993, que está incluída na análise. As primeiras duas semanas de janeiro tiveram sua amostragem mais representada para permitir uma análise separada da cobertura da sublevação de Chiapas; os dados deste período foram ponderados para corrigir a maior representação na

amostragem. Foi analisado um total de 61 transmissões⁴. Essas transmissões foram analisadas por completo, de modo que a cobertura da eleição pudesse ser considerada no contexto mais amplo da agenda de notícias e do estilo de apresentação da Televisa.

Os dois estudos encontraram resultados parecidos para o 24 horas: 34-39% da cobertura eleitoral foram dedicados ao PRI; cerca de 10-15% para o PAN e o PRD; e 36-38% dedicados aos seis partidos menores que também concorreram na eleição de 1994. Comparativamente a 1988, essa é uma mudança significativa, para não dizer dramática. Se, por exemplo, considerarmos a proporção da cobertura dada ao PRI com relação à cobertura dada aos dois principais partidos de oposição, ela muda de mais de 25 para 1, em 1988, para cerca de 1,5 para 1, em 1994 - de uma política de exclusão para uma política que faz no mínimo um gesto significativo em direção ao pluralismo.

Deve-se notar aqui que esses resultados apresentam um importante fator de complexidade. A distribuição de tempo entre os partidos não se manteve constante ao longo da campanha eleitoral. No final de março, quando Ernesto Zedillo foi designado para substituir Luis Donaldo Colósio (assassinado) como o representante oficial do PRI, a Televisa colocou suas transmissões, mais ou menos abertamente, a serviço da propaganda do PRI (Albarrán de Alba, 1994). Em 29 de março, a transmissão foi dedicada, quase que inteiramente, à sua campanha, começando por um extenso clip que mostrava Colósio elogiando Zedillo na ocasião em que o designou como administrador de sua campanha, e incluindo um clip de 13 minutos do discurso de aceitação de Zedillo, uma biografia elaboradamente produzida que enfatizava a educação de Zedillo e suas qualidades como um "padre de família", uma matéria sobre sua vida de família incluindo entrevistas com seus vizinhos, e uma matéria na qual Jacobo Zabludovsky, âncora do 24 horas, lia declarações de líderes estrangeiros elogiando Zedillo. A biografia foi especialmente notável porque se afastou das técnicas normais de produção da Televisa: A maioria das matérias da Televisa, como veremos abaixo, são relativamente não mediadas, no sentido em que o repórter simplesmente resume as declarações públicas de uma fonte noticiosa, combinadas às vezes com comentários de Zabludovsky. Aqui, pelo contrário, houve um míni-documentário no qual o repórter falou com suas próprias palavras - ou com as palavras da Televisa. A Televisa parece fazer, em fases de crise política, essa mudança em direção a convenções jornalísticas mais ativas. Esse aspecto pode ser notado, também, na cobertura de Chiapas.

Esse tipo de cobertura continuou por cerca de duas semanas. Nossa amostragem continha quatro transmissões desse período, as de 29, 30, 31 de março e de 5 de abril. Nessas quatro transmissões, a Televisa dedicou 54 minutos à campanha de Zedillo; a cobertura total dos outros partidos não ultrapassou dez segundos dedicados a uma manifestação feita pelo FCRN. Três dessas quatro transmissões continham, incidentalmente, matérias que mostravam entrevistas com vizinhos de Zedillo (a única que não continha foi a de 31 de março, que caiu

⁴ Os dados incluídos na amostragem são: 3 de dezembro de 1993; 3, 4, 5, 6, 7, 11, 12, 14, 16, 20, 24, 28 de janeiro; 2, 4, 9, 16, 20, 22, 23 de fevereiro; 2, 7, 15, 17, 22, 25, 29, 30, 31 de março; 5, 12, 15, 25, 26 de abril; 3, 4, 10, 11, 23, 27 de maio; 2, 13, 17, 20, 22, 28, 30 de junho; 6, 8, 18, 20, 25, 27 de julho; 2, 3, 8, 10, 18, 19, 25, 26 de agosto.

na Sexta Feira Santa e que foi dedicada principalmente a assuntos religiosos). Esse fato é notável, em parte porque a Televisa normalmente não dá atenção especial às opiniões dos cidadãos comuns. Se colocarmos essas quatro transmissões à parte, a percentagem da cobertura eleitoral dedicada ao PRI no resto da amostragem cai para 34,4%.

Ainda que coloquemos de lado os esforços especiais da Televisa para ajudar a lançar a campanha de Zedillo nos seus primeiros dias, a mudança para o pluralismo parece menos impressionante se considerarmos as reportagens com mais detalhes. Na apresentação dos dados na Tabela 1, destaquei em separado o PRI, o PAN e o PRD, como as principais forças políticas do México; dos seis partidos menores, cinco deles obtiveram menos de 1% dos votos. Esse, porém, não é o modo como o 24 horas constrói o mundo político. Para o 24 horas, apenas o PRI se destaca "dos outros". Normalmente, um segmento da transmissão era separado para um bloco de matérias sobre as "giras de campaña". Na maioria dos dias apareciam cerca de seis relatos, cada um deles sobre um candidato diferente; e isso era o principal locus de cobertura da "trilha da campanha".

Tabela 2

Ordem das Matérias sobre Campanha Eleitoral no 24 horas
(Percentagem das matérias sobre cada Partido aparecendo nesta posição)

	PRI	PRD	PAN	PPS	UNO	FCRN	PVEM	PT	PARM
1	100,0	7,4	0	0	0	0	0	0	0
2	0	25,9	77,8	36,1	2,2	12,5	0	9,3	16,7
3	0	40,7	16,7	58,3	13,0	21,9	1,6	2,3	33,3
4	0	25,9	5,6	5,6	37,0	40,6	12,5	32,6	25,0
5	0	0	0	0	30,4	25,0	26,6	27,9	25,0
6	0	0	0	0	17,4	0	37,5	18,6	0
7	0	0	0	0	0	0	15,6	9,3	0
8	0	0	0	0	0	0	6,3	0	0
Tot.	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
N=	32	27	18	18	23	16	32	22	12

A Tabela 2 mostra dados sobre a ordem em que apareceram os diversos partidos. Em qualquer momento, sem nenhuma exceção, quando havia uma matéria sobre Luis Donaldo Colósio ou sobre Ernesto Zedillo *en campaña*, essa matéria aparecia em primeiro lugar. Parece haver uma tendência para que as matérias sobre o PRD, o PAN e o PPS apareçam no segmento antes de outras matérias sobre outros partidos, mas fundamentalmente, o resto que se segue ao PRI aparece numa ordem aleatória. Em determinadas ocasiões, a matéria sobre o PRI era seguida por um intervalo comercial e depois, então, seguiam-se as outras matérias políticas, talvez com uma introdução do âncora do tipo, "Estos son

algumas actividades de otros candidatos a la presidencia de la República" (7 de março). O *24 horas* marca também a importância de certas matérias incluindo-as numa lista de chamadas na abertura da transmissão. Excetuando-se o período imediatamente após a sucessão de Zedillo, houve nove vezes na amostragem em que a matéria sobre o PRI foi incluída nas chamadas de abertura. Quatro outros partidos tiveram uma chamada por matéria.

Com a cobertura das eleições constituindo cerca de 36-38% no *24 horas*, quantidade essa equivalente, ou um pouco maior do que a cobertura dada ao PRI, os pequenos partidos são obviamente uma parte muito importante das reportagens sobre as eleições feitas pela emissora. Isso provavelmente interessa mais ao Televisa do que ao processo de democratização: permite ao Televisa projetar uma imagem de cobertura pluralista e, ao mesmo tempo, banalizar os principais partidos de oposição, amontoando-os junto com uma multidão de pequenos partidos.

O estudo da AMDH/Alianza Cívica incluiu também, a partir da metade da campanha, várias medidas sobre o tom e a valência da cobertura de campanha - as avaliações positivas e negativas dos candidatos feitas pelos jornalistas e pelas fontes citadas na transmissão, e até a valência positiva ou negativa das imagens na matéria. Essas variáveis são de difícil quantificação - muito cara se procurarmos seguir uma metodologia bem rigorosa - e eu não tentei medir quaisquer variáveis semelhantes⁵. Olhando retrospectivamente, isso talvez tenha sido um erro, porque há aqui uma importante história a ser relatada. Fica bastante claro, quando se revê as fitas, que a oposição é freqüentemente menosprezada, de várias maneiras, e o PRI apoiado. A maioria das matérias sobre a oposição, deve-se dizer, eram resumos diretos, pouco coloridos, sobre onde tinha ido o candidato e sobre o que ele ou ela tinha dito. Mas algumas das matérias eram claramente de caráter negativo, como, por exemplo, um relato sobre uma entrevista coletiva feita por membros dissidentes do PRD, no estado do México, que Zabludovsky introduziu, dizendo, "*los militantes del PRD no son de acuerdo en la forma en que su propio partido designa a sus candidatos a elección popular*" (26 de abril). Não houve relatos sobre quaisquer divisões no interior do PRI, na amostragem.

Por outro lado, os repórteres que faziam a cobertura da campanha do PRI apimentavam essas matérias com descrições coloridas do entusiasmo das multidões, algo que nunca ocorria nos relatos sobre a oposição: "*Jóvenes bailaron y corearon el 'vamos a ganar'*", diz um repórter que viajava com Zedillo em Sonora em 10 de agosto, tendo ao fundo o vídeo de uma bela jovem que dançava. Ele continua relatando que Zedillo, "*acompañado por su esposa, Linda Patricia, recibió muestras de afecto*". Dois dias antes, tendo ao fundo um vídeo de grandes multidões e atraentes *closeups* dos partidários de Zedillo, o repórter nos conta que o candidato "*fue aplaudido por el multitudes... Campesinos, obreros y colonos hicieron la ola, bailaron, y echaron porra. Secundaron a Ernesto Zedillo...*" Esse tipo de narrativa jamais ocorre nas matérias sobre a oposição.

5 Se somarmos seus dados por diferentes meses, eles mostram uma maioria de depoimentos citados a favor do PRI, e maioria de depoimentos contra o PAN e o PRD. Nas avaliações dos repórteres e do âncora, eles mostram um equilíbrio altamente favorável para todos os candidatos, embora mais para o PRI. Esse último resultado é um pouco surpreendente para mim; acho que deveria ter codificado bem menos avaliações no conjunto, especialmente em matérias sobre a oposição.

O aspecto visual é logicamente de igual importância. As matérias sobre a campanha do PRI são sempre espetáculos coloridos de televisão; as matérias sobre a oposição são normalmente constituídos de "*talking heads*" nos microfones, muitas vezes captadas em estranhos ângulos da câmera. Indiscutivelmente isso não se deve exclusivamente à ação da Televisa. O PRI tem a organização e os recursos necessários para encenar uma campanha moderna de *media* que os outros partidos obviamente não têm. Mas é provável que exista também alguma reportagem que poderia ser feita sobre os recursos que a Televisa devota à cobertura das diferentes campanhas (um repórter norte-americano que cobriu a campanha me contou que a Televisa mandou equipes especialmente numerosas para acompanhar Zedillo) e talvez também sobre o papel desempenhado pela Televisa na encenação real dos eventos para televisão. A seletividade exercida pela Televisa provavelmente também contribui, em parte, para as diferentes imagens visuais das campanhas. Há um exemplo particularmente importante e notável no qual esse tipo de seletividade se mostra claramente em ação - um dos melhores exemplos que já vi das maneiras como o vídeo pode ser manipulado para fins políticos. Em 8 de junho, a campanha de Cárdenas organizou um evento chave com o objetivo de deslançar a fase final da sua campanha - um imenso rali na UNAM, na Cidade do México - que, se não continha o conhecimento técnico dos *media* que tinham os eventos de Zedillo, tinha todo o aspecto espetacular de um tradicional comício político de massa. Embora *24 horas* e *Hechos* não parecessem diferir drasticamente na sua cobertura eleitoral, como sugerem os dados na Tabela 1, naquele dia os dois programas divergiram de tal modo que facilita ver a manipulação da Televisa⁶. No *Hechos* pode-se ver o vasto panorama de perredistas entusiasmados (o pessoal de câmera da Azteca forçam a focalização de bandeiras pró-Zapatistas - talvez seu comentário mais sutil sobre a oposição esquerdista). No *24 horas*, por outro lado, a reportagem inteira consiste apenas de tomadas em ângulo fechado de Cárdenas no microfone; pelo que os telespectadores podiam ver, Cárdenas aparecia, assim como apareciam os candidatos dos partidos opositoristas menores, como se estivesse numa sala com apenas meia dúzia de pessoas.

Em resumo, então, quando olhamos não apenas para a quantidade como para a qualidade da cobertura eleitoral da Televisa, o maior acesso concedido à oposição em 1994 - embora indiscutivelmente uma mudança bem real - parece menos convincente. A Televisa ainda está com o PRI.

É preciso enfatizar um último aspecto sobre a topografia do campo do jogo político. A imparcialidade na cobertura dos *media* durante uma campanha eleitoral depende não somente da cobertura sobre a campanha em si mesma, mas também do contexto mais amplo da cobertura política feita durante a campanha. Uma vez que a alegação de liderança feita pelo PRI dependia, em grande parte, das políticas econômicas de Salinas, buscamos codificar todo o noticiário econômico transmitido no *24 horas* nesse sentido. Das reportagens econômicas sobre o estado da economia mexicana, nas quais emitia-se alguma conclusão por parte de algum repórter ou de alguma fonte noticiosa, 9,7% eram negativas, 4,8% mistas, e 85,5% positivas - uma descrição econômica não muito exata, co-

6 As duas reportagens podem ser vistas num *tape* preparado pela AMDH, que inclui diversos outros exemplos de cobertura eleitoral tendenciosa.

mo atualmente sabemos, mas provavelmente de grande ajuda para a campanha do PRI. Algumas pessoas disseram também que os *media* "oficiais" no México, inclusive a Televisa, obviamente, enfatizaram a ameaça da violência política e que isso atemorizou muito o eleitorado afastando-o de arriscar um voto na oposição. Nós encontramos esse argumento já muito no final para poder trabalhá-lo na análise de conteúdo. Mas vale registrar que ele é plausível. Só para citar um exemplo, em 8 de agosto, o *24 horas* iniciou o noticiário com uma matéria sobre um esconderijo de armas descoberto na Guatemala que seria supostamente destinado ao México.

24 horas e a cultura política mexicana

As convenções de apresentação dos noticiários, conforme eu e meu colega italiano Paulo Mancini afirmamos em outro trabalho, variam de sociedade para sociedade de maneiras diversas que refletem as diferenças de estrutura e de cultura política (Hallin & Mancini, 1994). Nesta seção, explorarei alguns dos modos como a cultura política está incrustada nas convenções de apresentação do noticiário empregadas pela Televisa. Afirmarei, em particular, que certos elementos autoritários dessa cultura penetram a apresentação da vida política feita pela Televisa de tal maneira que provavelmente tornam o estilo jornalístico da Televisa incompatível com um sistema político pluralista.

Focalizarei principalmente dois elementos da cultura política mexicana, o *presidencialismo* e o *clientelismo*. Como se pode ver na Tabela 3, que mostra a percentagem do tempo de noticiário devotado pelo *24 horas* aos vários tópicos e instituições, a cobertura sobre a Presidência é muito extensa, chegando a cerca de 7,6% do tempo total de noticiário e, naturalmente, uma percentagem muito mais alta da cobertura sobre a política nacional⁷. A cobertura sobre o presidente é também exibida de modo particularmente proeminente pela Televisa: 62% das matérias sobre as atividades do Presidente eram matérias de manchete. Isso era de se esperar, já que o Presidente domina de fato a vida política mexicana. O que pretendo designar como *presidencialismo* aqui, porém, é mais do que apenas um enfoque sobre o presidente enquanto ator político. É uma atitude de deferência para com a autoridade política, que se estende ao Presidente acima de tudo, mas também a outros funcionários do Governo. Isso é uma tendência do jornalismo que é essencialmente universal; ela está radicada parcialmente no fato de que esse tipo de reportagem política é simplesmente muito mais fácil para os jornalistas do que quaisquer outras. Mas no caso mexicano, ela é exagerada - pelo menos em comparação com as democracias pluralistas.

O que realmente chama a atenção no caso mexicano, porém, é o fato de que as reportagens sobre o Presidente e os outros funcionários do Governos são quase sempre completamente desligadas de qualquer referência ao debate ou à controvérsia política. As declarações deles são resumidas pelo jornalista em função de seu próprio prestígio, e algumas vezes são salientadas na reportagem com gráficos listando os principais pontos nelas contidos (esse é um dos modos pelo qual diferiam as reportagens sobre a campanha do PRI das reportagens so-

⁷ Os índices nessa tabela excluem o tempo dedicado aos comerciais, às reportagens esportivas (geralmente 7 minutos de uma hora de transmissão), a não ser em duas ocasiões em que figuras políticas apareceram durante o segmento de esporte, e à canção tema que finaliza a transmissão.

Tabela 3
Percentagem do Tempo Dedicado a Tópicos Principais de Reportagem no 24 Horas

Presidente	7,60
Funcionários do Governo	5,86
Procurador Geral	1,47
Câmara de Deputados	1,76
Suprema Corte	0,00
Diplomacia mexicana	1,16
Governo Estadual, Municipal	0,45
Mulher do Presidente	0,21
Outros Políticos, Governo	0,71
"Giras de Campanha"	13,11
Reuniões, Atividades dos Partidos	7,67
IFE; Processo Eleitoral	4,34
Chiapas, Discursos sobre Paz	8,72
Assassinato de Colosio	3,73
Economia, Sindicatos, Empregadores	3,03
Crime, Drogas, Prisões	3,80
Acidentes, Desastres Naturais	2,86
Protestos	0,94
Igreja, Religião	1,81
Educação	0,25
Melo Ambiente	0,32
Saúde	0,20
Corrupção	0,17
Direitos Humanos	0,09
Media	1,12
Diversões, Promoções da Televisa	3,91
Cultura, Artes	2,66
Outros, Sociedade e Cultura	0,81
Freyre (caricaturista)	0,72
Internacional	17,31
Outros	2,70

bre as campanhas dos outros candidatos: algumas vezes, quando o candidato do PRI estava fazendo um discurso importante, a Televisa enumerava os destaques com gráficos, como o faz para os funcionários do Governo). Por vezes também, como veremos, o âncora auxilia o funcionário do Governo. Entretanto, as opiniões contestadoras nunca são incluídas nessas reportagens. A Televisa divide, na prática, o mundo político em dois reinos: existe o reino da autoridade, de um lado, e o reino da política, do outro. As matérias sobre o Presidente e os Ministros pertencem ao primeiro reino; as matérias sobre a *Camera de Diputados* e a campanha eleitoral pertencem ao segundo (com o candidato presidencial do PRI numa espécie de posição intermediária entre os dois). Podem ser ouvidas críticas ao governo e ao PRI no *24 horas*, mas as autoridades governamentais ficam protegidas delas.

Codificamos as matérias para determinar se continham alguma crítica ao PRI, ao Governo, ou às principais políticas governamentais. Se excluirmos as reportagens internacionais, bem como as matérias culturais e de entretenimento, cerca de 5% das matérias continham crítica. Ela nunca ocorria em matérias sobre as atividades de funcionários do Governo ou com referência a eles (a Televisa, por exemplo, jamais apresentaria uma matéria sobre um pronunciamento governamental e, em seguida, uma matéria sobre a resposta da oposição). Quase tudo aparecia nas matérias relacionadas à eleição; principalmente matérias sobre a campanha do PRD, cerca de metade das quais continha críticas; a cifra para as matérias sobre o PAN era de cerca de 17%. (Quando ocorria em matérias sobre os partidos menores, na maioria das vezes envolvia críticas aos três grandes partidos, excluindo os partidos menores do debate). Mesmo nas matérias sobre a eleição, a crítica ao Governo e ao partido dominante era feita em surdina. Na maior parte do tempo, os candidatos de oposição eram apresentados fazendo declarações inócuas, exprimindo sua esperança de uma eleição justa, por exemplo, ou instando as pessoas a votar; até mesmo Cárdenas raramente era mostrado num ataque real ao PRI ou ao Governo. Houve apenas duas ocasiões nas 61 transmissões nas quais alguém criticou o próprio Presidente da República. A primeira, ligeiramente indireta, ocorreu quando o candidato do FCRN expressou sua concepção de que o México precisava de um presidente escolhido pelo eleitorado, e não pelo "dedazo". A segunda foi uma acusação real: Cárdenas foi mostrado criticando nominalmente Salinas, questionando se ele tinha direito de se apresentar como um campeão da democracia, já que o partido que ele representava era o partido da "corrupção e do corporativismo". Isso é algo que provavelmente não teria sido transmitido em 1988. Mas, ainda assim, foi um acontecimento muito raro.

A preocupação da Televisa em proteger a autoridade presidencial pode ser vista com clareza especial numa transmissão que descrevemos a seguir. Em 15 de abril, os líderes do PRI no Senado e na Câmara de Deputados, por um lado; e o Secretário de Desarrollo Social, por outro, organizaram reuniões para denunciar "grupos violentos" que, como expressou o repórter da Televisa, "tentam enfraquecer nossas instituições", principalmente a Presidência. A Televisa reportou ambas as reuniões como matérias de destaque e Zabludovski enfatizou que as preocupações de ambas as reuniões eram idênticas às da Televisa. Ao apresentar as reportagens, Zabludovski disse que os funcionários do Governo "*coinciden en que se esta atacando directamente la figura presidencial, eso dijeron hoy*,"

se preguntan lo que muchos ciudadanos: Que es lo que sigue?" Essa última frase foi tomada emprestada do discurso do Secretário de Desarrollo Social.

Essa atitude para com a autoridade está impregnada de modo interessante na própria estrutura interna da Televisa. Nos Estados Unidos, o âncora é uma estrela; mas ele ou ela não é a única estrela na transmissão, e aparece essencialmente como um profissional igual aos outros jornalistas que aparecem na transmissão. Todos os repórteres tomam para si, como prerrogativa própria, analisar as notícias de um modo relativamente ativo, ainda que teoricamente se presume que mantenham suas opiniões fora do noticiário, exceto em comentário qualificado. Em muitos sistemas europeus públicos de transmissão, os âncoras não são estrelas - ou não eram, antes do crescimento da competição comercial - mas leitores de notícias, que freqüentemente são substituídos por rodízio, e que também situam-se num nível relativamente equivalente ao de outros jornalistas. Muitas vezes, como no caso italiano, todos os jornalistas praticam uma forma bastante passiva de jornalismo, com poucas interpretações na maior parte do tempo.

O sistema da Televisa é *presidencialista*: os repórteres mexicanos essencialmente não têm voz própria⁸. Eles praticam uma forma extremamente passiva de jornalismo, resumindo as declarações das fontes noticiosas, sem quase nenhuma análise ou interpretação. Zabludovsky, pelo outro lado, que é o chefe da seção de jornalismo da Televisa e um âncora estrela ao estilo norte-americano, tem a prerrogativa exclusiva de expressar suas (ou da Televisa) opiniões. E ele o faz freqüentemente, em muitos contextos diferentes. Lembro-me de ter visto uma vez uma matéria sobre uma reunião internacional, realizada no México, sobre a pesca de baleias; ao final da reportagem Zabludovsky insistiu para que o público telefonasse para as embaixadas do Japão e da Noruega para protestar contra suas políticas com relação à pesca de baleias, e forneceu os números dos telefones das embaixadas na tela. Em outra ocasião, ele deu prosseguimento a uma reportagem sobre crimes com a pergunta: "*No hay nadie que ponga orden?*"

Muitas vezes os comentários de Zabludovsky são o veículo para a Televisa expressar seu apoio ao Governo e ao PRI. Em 25 de abril, por exemplo, durante a campanha eleitoral, Salinas anunciou a criação de uma Coordenadora de Seguridad Nacional para lidar com crimes. Em seqüência à matéria de destaque, sobre o pronunciamento de Salinas, Zabludovsky acrescentou:

Pensamos que es evidente que l'acion de los instituciones existentes ha sido insuficiente ante la magnitud de desafío de los criminales. La institución que hoy nace es una especie de super-procuraduría del tamaño de que la sociedad ha reclamado ante el desafío creciente del delito y de violencia. El Presidente Salinas responde así a un reclamo público, un reclamo de la sociedad. Para luchar ao fondo contra la impunidad, contra el crimen organizado, contra la proliferación de armas - todo el mundo tiene pistolas aquí - la presencia del Lic. Arsenio Farrel como coordinador es una garantía...

Apareceu então uma biografia entusiástica do Lic. Farrel. É desnecessário

⁸ Os correspondentes estrangeiros fazem muito mais análises. Esse fato é encontrado na maioria dos sistemas, até certo ponto: os jornalistas têm mais liberdade quando estão fazendo reportagem sobre outros países. No caso da Televisa, a tendência é reforçada pelo fato de que os correspondentes internacionais são na maioria *free-lancers* locais, e não parte da cultura de empregos da Televisa.

dizer que a Televisa não perguntou a Cuauhtémoc Cárdenas ou a Diego Fernández de Cevallos se achavam que a iniciativa de Salinas resolveria o problema, nem procurou ouvir um técnico imparcial ou qualquer outra opinião. Na concepção da Televisa, o Presidente fala pela sociedade como um todo, e não são necessárias outras opiniões - exceto, é claro, a da Televisa que reivindica para si um privilégio semelhante, de falar pela sociedade mexicana.

A questão do clientelismo tem estreitas relações com a atitude geral para com as autoridades que discuti anteriormente, no que toca ao presidencialismo. O clientelismo é normalmente definido, em termos estruturais, como uma "relação baseada na subordinação política em troca de favores materiais" (Fox, 1994, p.153; Roniger, 1990). Eu gostaria aqui de focalizar a imagem do *24 horas* acerca do mexicano comum com relação ao sistema político. Isso pode ser visto claramente em qualquer um dos tipos mais comuns de matérias na cobertura política feita pela Televisa: o Presidente da República distribuindo favores clientelísticos a um grupo de *campesinos*, *obreros* ou *colonos*. Era muito comum, no período que estudamos, assistir cerimônias nas quais Salinas distribuía títulos de propriedade de terra a grupos de camponeses, e normalmente encerrava seu discurso levantando o punho ao ar e gritando: "Viva Zapata!". Essas reportagens são importantes pela associação que fazem do Presidente com a tradição revolucionária, e a imagem que projetam de uma figura de autoridade benevolente respondendo ao "*reclamo de la sociedad*" de Zabludovsky. Elas são importantes também pela imagem que projetam do cidadão comum, sentado silenciosamente enquanto o Presidente fala, aplaudindo-o polidamente e, a um sinal preestabelecido, acenando seus preciosos títulos de propriedade. Raramente os clientes falam nessas reportagens, e se o fazem, é apenas para agradecer ao Presidente. Nas reportagens eleitorais, é claro, os cidadãos aparecem como parte da multidão que dança e canta e aplaude o futuro Presidente.

Em algumas ocasiões os cidadãos aparecem num papel político mais ativo e são convidados a falar. O México tem uma tradição revolucionária, e seria surpreendente se não tivesse sobrevivido alguma idéia de ativismo político na sua cultura política. No *24 horas*, porém, isso geralmente é utilizado de modo seletivo, quando se mostra adequado à agenda política da Televisa. Os grupos de cidadãos anti-Zapatistas em Chiapas, por exemplo, receberam bastante publicidade. Em 8 de agosto, a Televisa fez uma reportagem sobre um grupo de cidadãos que ameaçava linchar os prisioneiros de uma prisão local caso as autoridades estaduais não providenciassem maior segurança na sua área. Um manifestante foi entrevistado enquanto os outros podiam ser vistos, atrás, com seus rifles. E Zabludovsky comentou, "Não pode ser justificado, mas é compreensível... As pessoas estão perdendo a paciência". Isso se ajustou bem, é claro, ao foco dado pela Televisa à lei e à ordem. Em geral, entretanto, há pouco lugar no noticiário da Televisa para uma sociedade civil ativa, independente.

Aqui também, como com o presidencialismo, a própria Televisa aparece às vezes como parte deste sistema clientelista. Em 4 de janeiro, por exemplo, Zabludovsky apareceu no seu próprio programa (ocorrência bastante comum) para homenagear uma funcionária da Televisa, uma *voceadora* de 95 anos que vinha vendendo a edição noturna de *Ovaciones*, um jornal da Televisa, nas sombrias ruas de México City por mais de vinte anos. Na transmissão do dia seguinte, a

equipe da Televisa foi à casa da mulher para entregar um enorme aparelho de televisão que quase encheu completamente sua casinha de nove metros quadrados. Aqui, novamente, vemos a imagem da velha operária sofrida (ela explicou que continuaria a trabalhar indefinidamente, porque precisava pagar o aluguel) recebendo agradecidamente das autoridades benevolentes o prêmio de sua paciência.

Que es lo que sigue?

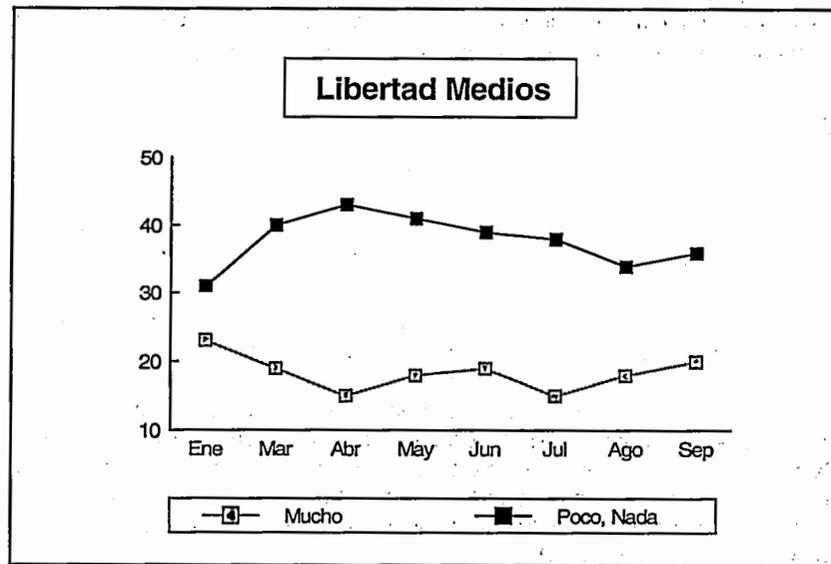
Suponho que se o sistema político mexicano continuar a mudar, o noticiário da Televisa eventualmente terá também que mudar. Gostaria de concluir fazendo algumas especulações sobre as diversas forças que poderiam produzir uma tal mudança. Essa lista não é exaustiva, tenho certeza, nem os diferentes mecanismos de mudança são mutuamente exclusivos, é claro.

1. Pressão governamental. Isso já desempenhou um importante papel, na medida em que o Governo mexicano, preocupado com uma eleição que pudesse parecer ilegítima, concordou com os partidos políticos em relação a uma série de diretivas para a cobertura dos *media* eletrônicos e pressionou a Televisa a segui-la - um estranho fenômeno, o Estado fazendo pressão sobre uma televisão privada para que se mantivesse distante do partido dominante, mas uma importante parte da história da campanha de 1994 (Trejo, 1994). Isso pode continuar a ser um fator importante, principalmente se as próprias instituições do Estado se tornarem mais separadas do PRI.

2. Perda de credibilidade. Uma outra possibilidade é que a Televisa seja forçada a mudar porque estaria perdendo, ou temesse estar perdendo, a credibilidade junto ao público. Ouvi frequentemente a declaração de que isso tinha acontecido num grau significativo em 1994, como resposta a Chiapas e ao assassinato de Colosio, e que as pessoas começaram a se voltar para outros *media*, principalmente o rádio, que é um pouco mais aberto em termos de informação. É difícil, porém, encontrar provas que confirmem essa asserção. As pesquisas mensais do Gabinete de Estudos de Opinión também não mostram um declínio na alta percentagem de pessoas que descrevem a televisão como o *medium* "mais confiável", nem na percentagem de pessoas que dizem que confiam na televisão para informação. A única tendência que aparece nesses estudos está ilustrada na Figura 1: um aumento, aparentemente temporário, no percentual que descreve o grau de liberdade dos *media* de informação no México como "poco" ou "nada".

É bastante provável que a credibilidade do telejornal junto ao público de massa seja mais baseada na *forma* do que no *conteúdo* da transmissão - ou seja, no seu caráter visual e pessoal. González Molina (1987, p.232) afirma que, devido à pouca experiência de participação política, "o grande público não tem um sistema elaborado de valores políticos pelo qual avaliar o noticiário"; e "tende a se concentrar mais na personalidade e a usar a familiaridade com a fonte noticiosa como base para avaliar o conteúdo do noticiário". Isso poderia vir a mudar; é claro, mas achamos que mudaria vagarosamente. É possível, também, que a Televisa pudesse vir a perder sua credibilidade entre o segmento mais educado da população, e isto poderia ser o suficiente para ameaçar os objetivos políticos e econômicos das empresas.

Figura 1

Avaliação Pública da Liberdade Política nos *Medios* Mexicanos, 1994

Fonte: Gabinete de Estudios de Opinión, S.C.

Formulação da pergunta: "Qué tanta libertad tienen los medios de comunicación en México para difundir información sobre asunto de política nacional?"

3. Mudança na estratégia política empresarial. Também seria possível que, num ambiente político em mudança, a Televisa viesse a concluir que seus próprios interesses políticos seriam melhor servidos com a mudança de sua aliança política exclusiva com o PRI. Uma possibilidade seria abrir o noticiário ao PAN, mas mantendo o procedimento de marginalizar a esquerda. No dia seguinte à eleição, por exemplo, Zabludovsky fez uma longa entrevista com o Presidente do Comitê Executivo Nacional do PAN (que utilizou parte do seu tempo para criticar a cobertura eleitoral da Televisa). As queixas do PRD sobre fraudes eleitorais, entretanto, foram tratadas com hostilidade.

4. Colapso de rotinas jornalísticas. A literatura anglo-americana sobre a produção do noticiário dá forte ênfase à influência das rotinas de trabalho do jornalismo. Elas são enfatizadas em parte devido à autonomia profissional relativamente grande que é exercida pelos jornalistas nesses sistemas. Para a maioria das empresas mexicanas de notícias, porém, é mais apropriado um modelo instrumentalista: um controle político direto por parte das elites empresariais desempenha um papel muito maior no processo decisório. Não obstante, as rotinas jornalísticas certamente desempenham algum papel. Essas rotinas poderiam começar a entrar em colapso diante das mudanças significativas no sistema político, forçando os jornalistas a desenvolverem novas rotinas. Se, por exemplo, o poder começar a se fragmentar, se as fontes às quais os jornalistas normalmente

recorrem entram em conflito entre si, ou deixarem de ser essenciais para o processo político, pode acontecer que as velhas rotinas de produção de notícias essencialmente unívocas não tenham mais sentido.

5. Uma outra possibilidade é que a pressão competitiva possa obrigar a Televisa a mudar: que uma nova e mais aberta forma de noticiário seja adotada por um competidor e que venha a se tornar popular com o público. No momento atual, a Televisa se defronta com duas formas principais de competição: a Televisão Azteca, a antiga rede governamental vendida a um empresário privado em 1993, e a televisão a cabo, principalmente o sistema Multivision. A penetração da televisão a cabo ainda está limitada, embora seja certamente plausível que ela venha a afetar o público da Televisa constituído pelos ricos e influentes. Quanto à Azteca, os dados do estudo da AMDH, transcritos na Tabela 1, não indicam que seu noticiário seja drasticamente diferente do noticiário da Televisa. A Televisão Azteca talvez seja uma fonte improvável de mudança política, já que ela é muito menos forte economicamente do que a Televisa e potencialmente muito mais dependente da boa vontade dos reguladores do Governo. Pouco depois de ter comprado a rede de Televisão Azteca, Salinas Pliego, seu dono, respondeu a uma pergunta sobre o papel da televisão no processo de democratização dizendo que não tinha nenhum, que a televisão era apenas um meio de entretenimento (Ortega Pizaro, 1993).

De qualquer modo, parece razoável que em algum momento a Televisa possa tornar-se vulnerável à competição na área do noticiário - talvez muito mais do que na produção de telenovelas, onde prevalecem os recursos da Televisa e seu controle dos principais talentos. A transmissão do noticiário da Televisa é, em diversos modos, um produto estranho para uma rede comercial de televisão. Ela certamente reflete uma lógica orientada pelo mercado de diversas maneiras. Uma parte considerável do tempo é dedicada à promoção da programação de entretenimento da própria Televisa (46 matérias na amostragem tinham conexões com a Televisa). Dá-se grande ênfase aos esportes. Parte considerável do tempo é dedicada à cobertura de crimes e de acidentes, a matéria-prima dos "tablóides". O *24 horas* apresenta um caricaturista todas as quintas-feiras e sempre encerra a programação com a gravação de uma canção popular. Tudo isso foi claramente trabalhado para edificar uma audiência de massa. No entanto, de diversas outras maneiras, o noticiário da Televisa segue mais uma lógica política do que comercial, e se assemelha mais a uma televisão estatal do que a uma televisão privada num mercado competitivo. Uma boa parte do noticiário deve ser extremamente tediosa para a audiência de massa: comunicados do Governo que são integralmente lidos pelo âncora, longas listas de nomes de pessoas indicadas para postos do Governo de segundo e terceiro escalão, uma longa entrevista (25 de abril) com o Governador de Sinaloa, que repete estatísticas industriais ("*una panorama sumamente positiva*", diz Zabludovsky); uma matéria sobre o relatório anual do Reitor da UNAM ("*En las primeras fases de su informe, el Rector mismo se planteó cinco preguntas que explicam el desarrollo de UNAM. A estas preguntas, el mismo respondió...*" (7 de março)). Esse tipo de noticiário não conseguiria sobreviver por muito tempo num mercado competitivo de televisão. Parece que a Televisa, em princípio, seria vulnerável a uma competição que alijasse as restrições políticas da produção de noticiários de TV, e não seria surpreendente que a própria

Televisa decidiu abandonar essas restrições por objetivos comerciais. Isso naturalmente não serviria necessariamente aos fins da democratização: é perfeitamente possível que o México trocasse o telejornal orientado para o Estado por um telejornal despolitizado, tabloideizado.

Mas é possível também que a Televisa pudesse começar a ver, em algum momento, a política como um espetáculo capaz de atrair audiência e dar à TV um novo tipo de presença política caso tivesse uma cobertura mais interessante. O debate presidencial televisionado de 1994, o primeiro na história do México, pode ser um divisor de águas, aqui. Patrocinado pela Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, ele atraiu uma enorme audiência (de la Peña y Toledo, 1994). Na realidade, ele teve modesta influência na cobertura noticiosa da Televisa: durante o período em que a atenção estava centrada no debate, Zabludovsky eximiu-se de amontoar o PAN e o PRD com os partidos menores, e referiu-se, ao invés, a "los grandes" e a "los chicos" - uma formulação que trata o PAN e o PRD como forças políticas importantes de uma maneira que tradicionalmente não é utilizada pela Televisa.

A existência de competição efetiva pode, em última instância, ser uma condição mínima para a realização de um sistema de televisão mais apropriado a um sistema pluralista (presumindo-se que o México tenha pouca probabilidade de tender para um tipo de televisão como serviço público, ao estilo europeu). E pode acontecer que a realização de um mercado competitivo de televisão - e o refreamento da tremenda concentração de poder representada na atual posição da Televisa - requeira em última instância uma intervenção regularizadora. Em 1945, o Governo dos Estados Unidos forçou a separação das redes "Vermelha" e "Azul" da NBC. Uma separação equivalente do império da Televisa seria provavelmente bastante saudável para o ambiente dos *media* mexicanos. Além disso, o problema central é o desenvolvimento de uma cultura de profissionalismo jornalista, ligada a um senso de responsabilidade do jornalista para com uma sociedade civil independente.

Tradução: Francisco F. L. de Albuquerque e
María Thereza G. F. de Albuquerque

REFERÊNCIAS

- ACADEMIA MEXICANA DE DERECHOS HUMANOS (1994a). *Complilación de informes sobre el análisis de contenido electoral de medios de comunicación en México realizados por la Academia Mexicana de Derechos Humanos*. México, D.F.
- _____ (1994b). "El gasto de campañas en la televisión mexicana: un conteo de los 'spots' de partidos políticos en canal 2 de Televisa y canal 13 de Televisión Azteca, entre el 11 y el 17 de julio de 1994". México, D.F.
- ADLER, I. (1993). "The Mexican case: the *media* in the 1988 presidential election". In T. SKIDMORE (ed), *Television politics and the transition to democracy in Latin American*. Baltimore, MD: John Hopkins University Press.
- ALBARRÁN DE ALBA, G. (1994). "Zabludovsky pone a '24 horas' al servicio de la 'promoción acelerada' de la imagen de Zedillo". *Proceso*, 4 jul., p.7-16.
- ARRONDONDO RAMÍREZ, P.; FREGOSO PERALTA, G. & TREJO DELARBRE, R. (1991). *Así se callo el sistema: comunicación y elecciones en 1988*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- CORNELIUS, W.A. (no prelo). "Politics in Mexico". In: ALMOND, G.A. & POWELL, G.B. (eds.) *Comparative politics today*. New York: Harper Collins.
- FLOWERAKER, J. & CRAIG, A. (eds.) (1990). *Popular movements and political change in Mexico*. Boulder, Co: Lynne Rienner Publishers.
- FOX, J. (1994). "The difficult transition from clientelism to citizenship: lessons from Mexico". *World Politics*, v.46, n.1, p.151-184, jan. 1994.
- GONZÁLES MOLINA, Gabriel (1987). "Mexican television news: the imperatives of corporate rationale". *Media, Culture and Society*, v.9, p.159-187.
- _____ (1990). *The production of Mexican television news: the supremacy of corporate rationale*. [Leicester]: University of Leicester, Centre for Mass Communication Research. Dissertação de Mestrado.
- HALLIN, D. C. & MANCINI, P. (1994). "Speaking of the President: political structure and representational form in U.S. and Italian television news. In: HALLIN, D.C., *We keep America on top of the world: television journalism and the public sphere*. New York: Routledge.
- O'DONNELL, G.; SCHMITTER, P.C. & WHITEHEAD, L. (1986). *Transitions from authoritarian rule: Latin American*. Baltimore: John Hopkin University Press.
- ORTEGA PIZARRO, F. (1993). "En la democratización, la televisión nada tiene que ver": Salinas Piiego; 'nuestro proyecto, entretener': Suárez Vázquez". *Proceso*, 26 julho, p.6-13.
- PEÑA, R. de la & TOLEDO L., R. (1992a). "Consumo televisivo en el Valle de México". *Intermedios*, n.3, p.48-57, agosto/sept.
- _____ (1994). "En un día, 40% modificó sus preferencias electorales". *Etcétera*, 19 maio, p.3-4.
- _____ (1992b). "Hábitos de lectura de periódicos en el Valle de México". *Intermedios*, n.4, p.60-69, oct./nov.
- RONIGER, L. (1990). *Hierarchy and trust in modern Mexico and Brazil*. New York: Praeger.
- TREJO DELARBRE, R. (1994). "Equidad, calidad y competencia electoral: las campañas de 1994 en la televisión mexicana". México, D.F.: Instituto de Estudios Para la Transición Democrática.
- _____, coord. (1988). *Las redes de Televisa*. México, D.F.: Claves Latinoamericanas.
- _____, coord. (1985). *Televisa: el quinto poder*. México, D.F.: Claves Latinoamericanas.