



MÉXICO: MÍDIA, POLÍTICA E CIDADÃOS NO MOMENTO DA CONVERGÊNCIA DIGITAL

Raúl Trejo Delarbre

Working Paper nº 25, julho de 2011



www.plataformademocratica.org

México: mídia, política e cidadãos no momento da convergência digital

Raúl Trejo Delarbre

A regulação dos meios de comunicação no México não propicia a diversidade nem a qualidade em seus conteúdos. A irrupção das novas tecnologias digitais criou um novo contexto no qual o jornalismo encontra novas opções e exigências. Porém, ao menos por enquanto, o uso de recursos digitais não permite melhorar substancialmente o exercício profissional dos jornalistas neste país.

As leis para os meios de comunicação são velhas e, em muitos casos, impossíveis de cumprir porque foram desenhadas para circunstâncias muito diferentes das que prevalecem hoje no México. Os jornais e as revistas são regidos pela *Lei de Imprensa* promulgada em 1917. Seu propósito principal é penalizar os jornalistas por atacar “a vida privada”, “a moral pública” ou “a paz pública”. Embora seja aplicada em poucas ocasiões – tanto que muitos jornalistas consideram-na revogada – a Lei de Imprensa foi utilizada para encarcerar jornalistas ou pelo menos para ameaçá-los já que as sanções que estabelece são de caráter penal. Isto é, no México ainda existem delitos de imprensa que podem ser castigados com prisão. As definições de algumas infrações são tão vagas ou se encontram de tal forma tal tingidas por uma moral diferente da que prevalece hoje em dia que, por exemplo, a Lei de Imprensa estabelece em seu Artigo 3º que: “Constitui um ataque à ordem ou à paz pública: Toda manifestação ou exposição maliciosa feita publicamente por meio de discursos, gritos, cantos, ameaças, manuscritos, ou da imprensa, desenho, litografia, fotografia, cinema, gravação ou de qualquer outra maneira, que tenha por objeto desprestigiar, ridicularizar ou destruir as instituições fundamentais do país; ou com os que se ofende a Nação Mexicana, ou as Entidades Políticas que a formam”. A partir desta definição, poderiam ser presos muitos dos jornalistas que descrevem condutas de corrupção de funcionários públicos ou que têm posições críticas em relação ao Estado.

Rádio e TV, concessão discricional de licenças

A radiodifusão é regulada pela Lei Federal de Rádio e Televisão que foi promulgada em 1960. Da mesma forma que a Constituição mexicana, essa Lei reconhece que o espaço através do qual as ondas eletromagnéticas se propagam é propriedade da Nação, de tal modo que as licenças para transmitir por esses meios são outorgadas pelo Estado. Essa faculdade recaía no Ministério das Comunicações e Transportes e, recentemente, foi transferida para a Comissão Federal de Telecomunicações. Em ambos os casos, trata-se de organismos que respondem diretamente ao Presidente da República, de forma que a atribuição de concessões para televisão e rádio esteve e continuando a estar subordinada à discricionariedade do governo.

A decisão dos presidentes mexicanos de somente outorgar licenças de rádio e televisão a empresários que lhes pareçam politicamente idôneos traduziu-se em uma intensa

concentração desses meios de comunicação. No México existem 1.600 estações radiodifusoras, tanto na Amplitude Modulada como na Frequência Modulada. Dessas, 1.235 têm licenças para operar comercialmente, e somente 365 (23%) são estações não comerciais que se encontram em mãos do governo federal e de governos locais, ou pertencem a universidades ou grupos sem fins lucrativos. Das estações comerciais, que constituem quase oito de cada 10 emissoras em todo o país, pelo menos 70% encontram-se em mãos de 10 grupos radiofônicos¹.

Há pouco e em algumas regiões, nenhum espaço para a rádio não comercial. Há menos ainda para a de caráter comunitário. No México existem poucas dezenas de rádios comunitárias, todas de baixa potência. Cerca de vinte dentre elas têm licenças de transmissão. A partir de 2008, vários promotores de rádios comunitárias sofreram processos judiciais por transmitir sem ter recebido licença para isso, embora há muito tempo houvessem solicitado essa autorização ao governo federal. A digitalização da rádio não foi concebida como uma possibilidade para que, ao existir mais frequências, possam acender a esse meio grupos e instituições que, até o momento, não encontraram espaço no dial radiofônico. Os empresários da radiodifusão foram reticentes em relação a esta inovação tecnológica e tampouco interessou ao governo estimular o processo de substituição da rádio analógica pela de caráter digital. Em fevereiro de 2011, a Comissão Federal de Telecomunicações concordou que o protocolo tecnológico que será utilizado para a rádio digital no México será o “In Band On Channel”, IBOC, que é o que funciona nos Estados Unidos. Entretanto, a decisão de passar do sistema analógico para o digital caberá a cada radiodifusor, de forma que, sem um plano nacional de transição tecnológica, será impossível que a rádio digital se expanda no México nos próximos anos.

Televisão em mãos de duas empresas

A televisão é o meio de comunicação que se encontra em menos mãos. No México há 863 canais de televisão, dos quais 62% (532 canais) estão concessionados à Televisa ou à Televisão Azteca. Existem 253 emissoras de televisão concedidas a governos dos estados, mas quase todas transmitem com pouca potência e, em geral, são órgãos de propaganda mais que promotoras de uma televisão substancialmente diferente da índole comercial. O Canal 11, administrado pelo Instituto Politécnico Nacional, tem 39 estações com as quais chega a quase metade do país. Há apenas cinco emissoras universitárias, e todas têm sinais circunscritos a sua localidade.

Ao contrário da rádio, no México a televisão sim teve regras e prazos para a transição digital, mas com pouco êxito. Em julho de 2004, o governo estabeleceu o ano de 2021 como horizonte para que todas as emissoras de televisão migrem à plataforma digital. Para isso, dispôs que os operadores de cada canal analógico recebessem uma frequência adicional na qual começariam a transmitir no formato digital. Sete anos mais tarde, haviam-se expedido licenças para apenas 117 dos 756 canais analógicos do país. Isto é, quase 85% das estações de televisão não haviam iniciado a migração para a tecnologia digital.

¹ Gabriel Sosa Plata, “Grupos radiofónicos y concentración”, em J. Bravo, A. Vega M. e R. Trejo D., coords., *Panorama de la comunicación en México 2011*. AMEDI, México, 2011, p. 95.

O padrão que o governo escolheu é o que os Estados Unidos utilizam e orienta-se fundamentalmente para a Alta Definição. Ao contrário dos padrões europeu ou japonês, adotados por amplas regiões do mundo, incluindo a América Latina, o modelo norte-americano não teve como prioridade a abertura de espaços para mais canais, mas, fundamentalmente, a transmissão de imagens de melhor qualidade². Em setembro de 2010, o presidente do México, Felipe Calderón, adiantou para fins de 2010 o prazo do “apagão” analógico. Os consórcios da televisão privada se opuseram e conseguiram que vários legisladores do Senado da República impugnassem essa decisão diante da Suprema Corte de Justiça. O decreto presidencial continuava suspenso em maio de 2011, de modo que o caminho para a televisão digital não tinha regras nem datas claras.

Com a digitalização, em cada canal onde até agora se difundiu um sinal analógico, haverá espaço para dois canais de televisão de alta definição ou um de alta definição e três sem esta qualidade de imagem, mas também digitais. As normas propostas pelo governo não especificavam se esses canais adicionais seriam administrados pelas empresas que já têm a maior parte das frequências de transmissão de televisão ou se haveria abertura para a intervenção de outras empresas ou grupos da sociedade.

Concentração, refratária ao pluralismo

A concentração de muitos recursos comunicacionais em poucas mãos é resultado da consolidação de corporações empresariais e, inclusive, uma das consequências (não a única, sem dúvida) do desenvolvimento tecnológico. As novas tecnologias da comunicação possibilitam que mais pessoas e grupos tenham acesso à difusão de suas próprias mensagens, mas também facilitam a propagação, entre audiências mais amplas, dos conteúdos que antes eram difundidos em escala unicamente local ou regional.

No México, essas características da comunicação contemporânea favoreceram o crescimento e, com isso, a influência política das corporações de comunicação mais importantes. As empresas de televisão concentram frequências e audiências com mais intensidade que em qualquer outro país da América Latina (talvez com exceção de Cuba, em circunstâncias políticas muito diferentes). Em 2007, na Argentina, as duas cadeias de televisão mais importantes concentravam 27,3% da audiência em todo o país; No Brasil, as duas redes com mais espectadores atingiam 60,3%; no Chile, 21,2%; na Venezuela, 49%. No México, a Televisa e a TV Azteca concentravam 96,8% dos espectadores de todo o país³.

Em 2010, os relatores da Liberdade de Expressão da Organização das Nações Unidas e da Comissão Interamericana de Direitos Humanos integraram uma missão conjunta no México. Sua preocupação fundamental era o risco que os jornalistas correm, particularmente em zonas onde os grupos criminosos que se dedicam ao narcotráfico e outros delitos ganharam muita influência. Além disso, os relatores, Frank La Rue e Catalina Botero, observaram durante sua visita que a concentração dos meios de

² Raúl Trejo Delarbre, “Digital Television: Options and Decisions in Latin America”. *Popular Communication. The International Journal of Media and Culture*. Routledge, Taylor and Francis Group, London, No. 7, 2009, pp. 169 - 178.

³ Raúl Trejo Delarbre, “Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina”. *Intercom*, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, Vol. 33, No. 1, Janeiro / Junho 2010, pp. 17 – 51.

radiodifusão constitui uma séria restrição à pluralidade e à liberdade de expressão no México. No relatório que apresentou este ano, a Dra. Botero explicou: “a Relatoria observa que existe uma alta concentração na propriedade e no controle dos meios de comunicação aos que se atribuiu frequências radiofônicas”. E assinala: “Além disso, alerta que não existe um órgão regulador independente, e que o marco jurídico vigente não oferece garantias de certeza, pluralismo e diversidade”⁴.

Lição da Corte ao Congresso

Além da Lei Federal de Rádio e Televisão, existe uma Lei Federal de Telecomunicações promulgada em 1995 que também foi ultrapassada pelas mudanças tecnológicas. Em 2005, as empresas de televisão impulsionaram várias reformas em ambas as leis federais com as quais pretendiam, principalmente, difundir serviços de telecomunicações (telefonia móvel e Internet) nas frequências que têm em concessão para propagar sinais de radiodifusão. No México, salvo algumas exceções, todas as frequências de televisão e rádio foram outorgadas gratuitamente, mas, em contrapartida, todas as frequências para telefonia foram arrematadas às vezes por preços muito altos. Com essa reforma da lei, as emissoras queriam comercializar serviços de telefonia em bandas geminadas às frequências de televisão, mas sem pagar ao Estado por esta exploração adicional.

Tais reformas das leis de Telecomunicações e de Rádio e Televisão ficaram conhecidas como “Lei Televisa” e em dezembro de 2005 foram aprovadas pela Câmara dos Deputados, com apoio de todos os partidos políticos. Mas diferentes grupos da sociedade, entre eles profissionais de jornalismo e cultura, as impugnaram. Em março de 2006, foram aprovadas pelo Senado da República mas com uma votação dividida. Quarenta e sete de 128 senadores que integram essa Câmara solicitaram então a intervenção da Suprema Corte de Justiça da Nação, a qual, em junho de 2007, declarou inconstitucionais essas reformas da lei, invalidando-as.

Um dos argumentos centrais dos ministros da Corte para revogar as reformas que constituíam a “Lei Televisa” foi o aumento que representavam no poder das emissoras, sem que houvesse contrapesos capazes de propiciar mais diversidade na televisão. O ministro David Góngora justificou essa posição assim: “Tratando-se de meios de comunicação que requerem o uso de um bem público restrito como é o espectro eletromagnético, o Legislador é obrigado a regulá-lo de maneira tal que garanta a igualdade de oportunidades para seu sucesso e propicie um pluralismo que assegure à sociedade a permanente abertura de um processo de comunicação que estimule a democracia e a cultura”⁵.

Uma proposta de legislação integral

O México não conta com essa abertura, nem com tal regulação. Pelo menos desde 1977, de tempos em tempos, diferentes forças políticas e grupos profissionais e especialistas propõem reformas de lei para propiciar o acesso, especialmente à televisão, de vozes e setores que não costumam estar presentes nela. Em quase três décadas e meia, os

⁴ Catalina Botero, *Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. 7 de março de 2011, pp. 263 e 264. Disponível em: http://www.cidh.oas.org/annualrep/2010sp/RELATORIA_2010_ESP.pdf

⁵ Intervenção do ministro Genaro Góngora Pimentel na sessão de 31 de maio de 2007 no Plenário da Suprema Corte de Justiça da Nação.

promotores de reformas para ampliar a participação da sociedade nos meios de radiodifusão afinaram suas propostas, de tal forma que, se o Congresso não as aprova não é por ausência de projetos.

Em 8 de abril de 2010, os legisladores de vários partidos políticos, entre os quais Ação Nacional – o partido de direita que ocupou o governo do país desde 2000 – e o Partido da Revolução Democrática – considerado como de esquerda – apresentaram na Câmara dos Deputados e no Senado da República a iniciativa de criar uma nova Lei Federal de Telecomunicações e Conteúdos Audiovisuais. A intenção de reunir em um só instrumento legal as regras destinadas ao funcionamento das telecomunicações e da radiodifusão deve-se ao fato da convergência tecnológica permitir, atualmente, o entrelaçamento de ambas nas mesmas plataformas digitais.

Organizada em 13 títulos e 252 artigos, a proposta da nova Lei Federal propunha, entre outros temas, os seguintes: 1) considerar os meios de comunicação como de serviço público e não somente de interesse público, como dispõe a atual legislação. Toda concessão deverá ser atribuída por meio de licitação pública; 2) estabelecer limites à concentração de meios de radiodifusão e em telecomunicações, bem como obrigações específicas para os concessionários que ocuparem mais de 25% das frequências nacionais ou em uma área de cobertura; 3) reafirmar o domínio da nação sobre o espectro eletromagnético e, portanto, estabelecer que toda exploração adicional que já tiver sido autorizada requererá uma contraprestação econômica; 4) fixar critérios para que a renovação de concessões tome em conta o serviço prestado às audiências ou aos usuários; 5) dotar de autonomia o órgão regulador da radiodifusão e das telecomunicações em relação ao governo; 6) garantir o acesso de todas as pessoas às redes de informação digital; 7) garantir o direito de réplica nos meios de comunicação; 8) proteger o direito dos cidadãos de estarem informados, bem como de exercerem sua liberdade de expressão; 9) salvaguardar o direito das crianças a receber programação de qualidade de acordo com sua idade, bem como o direito de todas as audiências à integridade nas transmissões de espetáculos desportivos e obras cinematográficas; 10) o Estado terá 60 minutos diários em cada canal de televisão e rádio (atualmente dispõe de 40 em televisão e 65 em rádio); 11) garantir a autonomia, em relação ao governo, dos meios de comunicação de caráter público, permitir-lhes a venda de espaços de publicidade e estabelecer outras regras para sustentar o financiamento; 12) reconhecer o direito das comunidades e dos povos indígenas a manejar seus próprios meios de comunicação; 13) Estabelecer que em todos os canais de rádio e televisão haja ao menos 50% de conteúdos de produção nacional. A quinta parte deles deveria ser contratada com produtores independentes. Haveria um fundo com recursos fiscais para estimular a produção audiovisual⁶.

A iniciativa de Lei Federal de Telecomunicações e Conteúdos Audiovisuais possibilitou uma extensa discussão. Os consórcios de comunicação mais importantes se opuseram a ela. O governo e o PAN, que inicialmente havia apoiado essa proposta, mudaram de opinião. Um ano mais tarde, a iniciativa continuava retida nas comissões encarregadas de analisa-las nas duas câmaras do Congresso da União.

⁶ “Declaración del Frente Nacional por una Nueva Ley de Medios”, 18 de março de 2010. Disponível em <http://alturl.com/g7s5q> O texto completo da iniciativa pode ser encontrado em <http://nuevaleydemedios.amedio.org.mx>

Desenvolvimento irregular da Internet

Longe de propiciar a diversidade, as regras para os meios de comunicação no México favorecem a concentração e dificultam o aproveitamento e a propagação das novas tecnologias digitais. Tampouco existe um plano nacional para o desenvolvimento da Internet. Na primavera de 2011, no México há aproximadamente 33 milhões de usuários de Internet, que são pouco menos de 30% da população. As políticas estatais para ampliar o acesso à Rede são desarticuladas e insuficientes. Em princípios do novo século, o governo começou a instalar Internet nos municípios considerados de marginalização alta e muito alta, que são 1.251 em todo o país. Em 2011, somente 301 desses municípios mais pobres (apenas 24%) contam com conexão à Rede de redes.

A disponibilidade de conexões reproduz a desigualdade social e regional. No Distrito Federal, que é a capital do país, 39,2 de cada 100 domicílios têm conexão à Internet. Há taxas similares nos estados mais industrializados, particularmente os que se encontram no norte do país: na Baja Califórnia, 35,4 de cada 100 domicílios possuem Internet e, em Nuevo León, 31,8 de cada 100. Ao passo que nas entidades mais pobres, particularmente no sul da República, as dificuldades para se conectar à Rede são similares às que existem na prestação de outros serviços públicos. Em Guerrero, só há conexão à Internet em 10,8% dos domicílios; em Oaxaca, em 7,8% e em Chiapas apenas 7,2 de cada 100 domicílios contam com essa possibilidade⁷.

À ausência de uma política estatal capaz de ampliar o acesso às redes digitais, somam-se os altos custos e a qualidade insuficiente das conexões fornecidas por empresas privadas. No México, há 18 telefones fixos e 82 linhas de telefone celular para cada 100 habitantes. A maior parte dessas linhas são administradas por empresas do mesmo grupo empresarial. Oitenta por cento da telefonia fixa e 70% da telefonia móvel são propriedade do Grupo Carso, do empresário mexicano Carlos Slim. As empresas desse magnata expandiram a cobertura da telefonia no México, mas o serviço de Internet que fornecem continua sendo mais caro que em outros países. No início de 2011, um pacote de telefonia doméstica com Internet de até 5Mb custava o equivalente a 87 dólares.

Apesar dessas limitações, o uso de Internet cresce mais além dos segmentos economicamente mais abastados. Quase a metade dos usuários da Rede no México se conecta fora de sua residência, tanto nos centros de trabalho e escolas como em cibercafés. As redes sociais foram adotadas como espaços e instrumentos de comunicação e interação muito versáteis. Em maio de 2011, estimava-se em 24 milhões o número de usuários de Facebook no país, dos quais 57% têm entre 13 e 24 anos⁸. O número de contas de Twitter no México é menos preciso, mas estima-se que podem chegar a 4 milhões⁹.

⁷ Dados calculados a partir do Instituto Nacional de Geografía y Estadística, INEGI, *Censo de Población y Vivienda 2010* e Presidencia de la República, *Cuarto Informe Presidencial. Anexo Estadístico*, México, Setembro de 2010.

⁸ Facebakers: www.facebakers.com Consulta realizada em 13 de maio de 2011.

⁹ International Business Times, <http://alturl.com/7zbce> Consulta realizada em 13 de maio de 2011.

A imprensa na Rede e face à ela

A expansão da Internet ofereceu um mercado atraente para os meios de comunicação, embora a maior parte dos mexicanos ainda prefira informar-se dos assuntos da atualidade por meio da televisão e de outros meios convencionais. O jornal *on-line* mais visitado é *El Universal* (versão digital do jornal impresso do mesmo nome) o que se encontra entre os 15 *sites* mexicanos mais visitados na Internet. O *site* do *El Universal* (www.eluniversal.com.mx) recebe uma média de 3 milhões de visitas por dia. Depois dele estão *Milenio Diario* (www.milenio.com), com pouco mais de um milhão de visitas por dia, e *El Norte* (www.elnorte.com), editado em Monterrey e que recebe pouco menos de 800 mil visitas diárias¹⁰. Esses são os únicos jornais que estão *on-line* a partir do México e que se encontram entre os 50 mais visitados. A informação se refere a usuários em todo o mundo, embora a maior parte seja de internautas mexicanos.

A principal oferta de leitura desses jornais é o conteúdo de suas edições em tinta e papel. Todos eles, especialmente o *El Universal*, têm atualizações frequentes de sua informação. Mas os textos e imagens mais importantes são das edições impressas. A construção de um discurso específico para os formatos digitais, bem como a busca de conteúdos além dos que surgem das edições em papel e tinta, foram resultado de processos lentos entre outros motivos devido ao fato da imprensa *on-line* não ter conseguido tantos créditos financeiros como haviam suposto os empresários dessas casas jornalísticas. Mais que produzir conteúdos especiais para as edições *on-line*, esses jornais buscaram novas plataformas digitais para difundir os mesmos conteúdos: o *download* de arquivos PDF para o computador, as versões para dispositivos móveis tipo PDA como os Palm e Blackberry, bem como, mais recentemente, os aplicativos para baixar toda ou parte da edição no Ipad são extensões das edições em páginas *web*.

Essa busca precária de conteúdos próprios para tais edições implicou uma utilização escassa dos recursos hipertextuais e multimídia que é possível aproveitar na comunicação *on-line*. Como quase todos os textos que aparecem nessas edições foram elaborados para os jornais em tinta e papel, carecem de links de hipertexto e, assim, desperdiçam a possibilidade que a Internet oferece para dotar de contexto, documentar as fontes de informação em que o jornalista se baseia e proporcionar aos leitores opções adicionais para ampliar ou enriquecer seu conhecimento do tema abordado em cada artigo. Em meados da década passada, uma pesquisa sobre as práticas do jornalismo mexicano *on-line* lamentava: “Reforma.com faz jornalismo digital de forma muito limitada, apesar do enorme volume de conteúdos. Seu desenvolvimento multimídia ainda é pobre, principalmente em vídeo e áudio; as fotogalerias são muito poucas e as animações gráficas se limitam a um par mensal”¹¹.

El Universal Online, que como apontamos, é o jornal mexicano com maior audiência na Internet, trabalhava com uma equipe pequena, que durante vários anos foi somente complementar da que era responsável pela versão impressa. Neste *site*, a maior parte das notas diferentes da edição impressa é elaborada por redatores atentos às informações das

¹⁰ Dados calculados a partir de Alexa, <http://alexa.com>. Informação consultada em 12 de maio de 2011. A metodologia destas avaliações é descrita mais adiante.

¹¹ Leonardo Aramis Flores Carranza, *Periodismo digital. Algunas experiencias desde la Ciudad de México...* Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 2005, p. 62.

agências de notícias e aos noticiários radiofônicos. Assim, produz-se uma espécie de retroalimentação contínua ou, visto de outra maneira, um asfixiante círculo vicioso entre a informação dos meios convencionais e a que se divulga na Rede: praticamente não há sala de redação de imprensa, televisão ou rádio no México, que não tenha um computador conectado com o *site* do *El Universal*. E os jornalistas deste *site* na *web* estão fundamentalmente alertas do que divulgam os meios convencionais. Em 2005, a redação de *El Universal Online* era composta por 17 pessoas entre editores, produtores e auxiliares. A redação de *Reforma.com* contava com 80 pessoas¹².

Pouco jornalismo investigativo

A pouca originalidade dos jornais *on-line* não se deve unicamente à falta de aproveitamento dos recursos digitais, nem à insuficiente capacitação de seus redatores, mas a um defeito estrutural da imprensa no país. No México, salvo exceções, não há tradição nem exercício de jornalismo investigativo. A proverbial dependência de boa parte da imprensa escrita do financiamento governamental – assunto ao qual não podemos nos deter neste relatório, mas que se manteve apesar de uma importante modificação nas relações entre a imprensa e o poder político – desestimulou ou impossibilitou totalmente o exercício de um jornalismo inquisitivo. Por muitos anos, a imprensa mexicana deu as costas à revelação ou à denúncia de fatos incômodos para o poder político. Mais tarde, sobretudo a partir da última década do século XX, o jornalismo mexicano se tornou mais agressivo, mas não necessariamente por isso, aprofundou os esforços para investigar a fundo acontecimentos de interesse público.

Ancorada, fundamentalmente, na propagação de notícias que já se tornaram conhecidas nos meios eletrônicos, a imprensa mexicana é, em sua grande maioria, propagadora de ditos, mas não necessariamente de fatos. As páginas dos diários – e sem dúvida os espelhos destes conteúdos que constroem na Internet – continuam repletas de declarações e entrevistas, mas com pouca informação proveniente de uma autêntica investigação jornalística. Entendemos que a investigação jornalística implica esquadriñar os motivos de um acontecimento, cotejar em várias fontes a informação encontrada, considerar todos os pontos de vista possíveis sobre o assunto, colher tanto testemunhos quanto dados em fontes documentais, explorar o significado que este assunto terá para a sociedade, explicá-lo com gráficos e dados quando for possível, etc.

Repórteres convergentes

Os recursos digitais podem ser utilizados para divulgar novos espaços no trabalho jornalístico, para abastecer de fontes adicionais e inclusive novas tarefas de investigação (como veremos mais adiante) e também para que os jornalistas façam mais tarefas pelo mesmo salário.

Com certa arrogância, em alguns meios da América Latina começa-se a denominar *jornalistas convergentes* os profissionais que utilizam instrumentos digitais para desempenhar suas funções em diversos meios. Há grupos empresariais que possuem tanto jornais impressos como estações de rádio e televisão e, agora, além disso, espaços na Internet, e que buscam aproveitar em todos eles o trabalho de seus jornalistas. Assim, os repórteres que antes trabalhavam unicamente para o jornal e que tinham a obrigação

¹² Flores Carranza, cit., pp. 77 e 79.

de entregar suas notas todas as tardes na redação, para que aparecessem na edição da manhã seguinte, de repente recebem um gravador digital e um telefone celular para converterem-se em repórteres do noticiário radiofônico, transmitido várias vezes ao dia (e, às vezes, também a cada hora). Alguns deles, além disso, devem carregar uma câmera de vídeo e registrar cenas que enviarão para o telejornal da tarde ou da noite. Em diversos casos, também devem enviar prévias de suas notas que aparecerão na edição *on-line*.

Esses repórteres convergentes têm a oportunidade de se dirigir a públicos mais numerosos, podem alternar estilos diferentes segundo a plataforma jornalística que utilizem e estão em condições de ampliar e melhorar uma nota até deixá-la plenamente afinada para o jornal impresso. Sem dúvida, trata-se de um trabalho profissionalmente versátil, mas no qual se reúnem a exigência e a pressão de vários meios, embora todos dependam do mesmo consórcio. A professora María Elena Meneses pesquisou as rotinas de trabalho de vários repórteres convergentes no Grupo Imagen, que possui televisão, rádio, um jornal impresso e um portal na Internet. Dos jornalistas que essa pesquisadora entrevistou, 69% trabalha agora mais horas por dia que antes da incorporação das tecnologias digitais, mas somente 31% havia recebido aumentos salariais pelas novas cargas de trabalho. Os repórteres submetidos a esse regime tinham menos tempo para atualizar seus conhecimentos e estavam subordinados, mais que antes, ao dia a dia imposto pelas exigências da redação¹³.

A Internet como fonte de informação

A Internet é útil como fonte de informação, em primeiro lugar, para complementar o trabalho dos jornalistas. Embora a cite pouco, cada vez mais repórteres e, sobretudo, comentaristas na imprensa se apoiam na Wikipedia e em *sites* similares para obter informação de base para suas notas. Em segundo lugar, a Internet é propícia para a divulgação de documentos públicos que seria difícil conhecer e consultar sempre que necessário.

Desde que, em junho de 2003, passou a ter vigência a Lei Federal de Transparência e Acesso à Informação Pública Governamental, os jornalistas mexicanos passaram a contar com um valioso recurso para investigar e obter documentos e dados do governo. Essa Lei tornou pública quase toda a informação dos ministérios e dependências governamentais, criou o Instituto Federal de Acesso à Informação para dirimir controvérsias entre cidadãos que solicitam informação e funcionários do governo que se recusam a entregá-la, obrigou cada ministério a contar com uma unidade de conexão para proporcionar essa informação e a colocar na Internet a informação básica de cada área.

Essa mina de ouro que para o jornalismo investigativo significa o acesso à informação pública, foi aproveitada com lentidão pelos jornalistas. Durante os primeiros dias de aplicação da nova Lei, em junho de 2003, alguns dos principais jornais da cidade do

¹³ María Elena Meneses Rocha, *El periodismo en la sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis. Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Comunicación. Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 2010. Disponível em: <http://mariaelenameneses.com/tesis-doctoral>

México mostraram descobertas feitas por seus repórteres, navegando por novos portais *web*, com dados tornados públicos graças à Lei de Transparência. Os assuntos mais mencionados eram os salários dos funcionários públicos, o detalhe de algumas decisões internas das Forças Armadas (por exemplo, as ações judiciais de Conselhos de Guerra contra militares acusados de cometer um delito) e os gastos de diversas repartições do governo em infraestrutura (manutenção de aeronaves e seguros de gastos médicos, entre outros). No primeiro mês de vigência da nova Lei de Transparência, *El Universal* publicou 80 notas jornalísticas apoiadas em informação obtida graças às novas regras, *Reforma* publicou 36 notas a partir desses novos recursos e o jornal *La Jornada*, 28 notas¹⁴.

Aquela estreia da transparência não teve a mesma intensidade em toda a imprensa mexicana, nem ocasionou um interesse tão sustentável nos jornais que enviaram seus repórteres a explorar os portais de informação e a solicitar dados às repartições públicas durante as primeiras semanas sob as novas regras. Sobretudo, a disponibilidade de informação até então vedada ou tão dispersa nos labirintos da administração pública que se tornava quase impossível localizá-la, foi considerada como uma meta da pesquisa jornalística e não como um recurso de pesquisa a partir do qual os repórteres poderiam aprofundar as investigações recorrendo a outras fontes.

Em alguns casos, inclusive antes da Lei de Transparência, bastou o olhar atento de um repórter ao explorar os *sites* do governo para encontrar informação tão chamativa que bastava publicá-la para que fosse muito comentada. Uma das que mais se destacou foi a informação da repórter Anabel Hernández, que escreveu sobre a seguinte manchete no jornal *Milenio* em junho de 2001: “Presidência compra toalhas de 4.025 pesos”. Essa jornalista, ao revisar as declarações dos gastos realizados pela Presidência da República na aquisição de móveis e acessórios para a casa que o presidente Vicente Fox e sua família ocupariam, encontrou despesas que poderiam ser excessivas, como a compra de toalhas a 442 dólares, ao câmbio da época.

Busca de opções *on-line*

A revelação de Anabel Hernández sobre o custo das toalhas provocou a demissão do administrador do presidente, que era um amigo muito próximo de Fox, e mais tarde, ocasionou uma reação muito acirrada do governo. A esposa do então presidente, Marta Sahagún, que além disso era porta-voz da presidência, conseguiu que os donos do *Milenio* demitissem o diretor do jornal, o jornalista Raymundo Riva Palacio. Pouco depois, a repórter Hernandez foi para outro jornal e se dedicou, intensivamente, ao jornalismo investigativo. Para isso, teve de passar para revistas de menor circulação, porque nos grandes jornais tornavam-se incômodas suas revelações sobre excessos dos familiares dos presidentes, a exploração de crianças na fronteira norte do país ou os negócios dos narcotraficantes mais destacados, incluindo relações de conluio com chefes de polícia importantes. Atualmente escreve para o *site* www.reporteindigo.com

Junto ao Reporte Índigo, nos últimos anos, surgiram vários *sites* dedicados ao jornalismo *on-line* e que divulgam conteúdos elaborados especificamente para a Rede.

¹⁴ María Mónica Olavo Torres, *Prensa y transparencia. Retos y transformaciones de la prensa a partir del Derecho de Acceso a la Información*. Tesis. Maestría en Comunicación, Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, México, 2007, pp. 306 – 307.

Entre eles, encontram-se *Eje Central* (www.ejecentral.com.mx), criado em fevereiro de 2009 pelo jornalista Riva Palacio; *Animal Político*, que surgiu em fins de 2010 liderado pelos jornalistas Daniel Moreno e Daniel Lizárraga (www.animalpolitico.com) e *La Silla Rota*, dirigido pela jornalista Marissa Macías (www.lasillarota.com). Os diretores de *Eje Central* e de *Animal Político* foram, antes, diretores de alguns dos grandes jornais da cidade do México. É significativa a busca que fazem de espaços *on-line* para substituir ou complementar os que deixaram de ocupar no jornalismo industrial.

A limitação mais importante e evidente destes *sites* encontra-se nas carências financeiras que obedecem, por sua vez, às dificuldades da imprensa *on-line* de encontrar audiências estáveis e numerosas. Da mesma forma que ocorre com a imprensa em papel e tinta, é difícil que essas publicações digitais possam se sustentar com receita proveniente de seus leitores, de modo que dependem da publicidade.

Eje Central ocupa o lugar 1.263 entre os *sites* mexicanos mais visitados. Se considerarmos que o índice da empresa Alexa (dedicada a avaliar o tráfego de usuários na Internet) lhe atribuíu em meados de maior de 2011 um “alcance” diário de 0,00280% e se considerarmos que a Internet nesta data tinha cerca de 1.966 milhões de internautas, podemos estimar que esse *site* recebia em torno de 55 mil visitas diárias. Com o mesmo procedimento, encontramos que o *Animal Político* estava em 831º lugar entre os *sites* mexicanos mais visitados, com pouco mais de cem mil visitantes por dia. O *Reporte Índigo* estava em 1.837º lugar entre os *sites* mexicanos e atingiria 31 mil visitas diárias. O *La Silla Rota* estaria em 2.514º e receberia pouco mais de 31 mil visitas por dia¹⁵.

Estamos nos referindo a *sites* com poucos anos ou mesmo meses de existência e que devem abrir seu caminho em um mercado repleto de conteúdos atraentes para os internautas. Alguns desses *sites*, como *Eje Central*, tiveram de sacrificar o jornalismo de investigação, porque é caro, e se limitaram a reproduzir notas de outros *sites* e da imprensa convencional ou a dedicar sua principal oferta de leitura à publicação de textos de opinião.

Repórteres no Twitter

Em busca de espaços para desenvolver seu ofício com a liberdade que nem sempre encontram nos meios convencionais, os jornalistas que abrem *sites* na Rede também costumam administrar contas no Twitter e/ou no Facebook. É difícil considerar que nas redes sociais se possa exercer o jornalismo de maneira plena, devido à restrição de espaços que há nelas. O Facebook permite aos “amigos” que aderem a sua conta conhecer os links que um jornalista coloque para remeter a outros *sites*, inclusive aos que contêm seu próprio trabalho. O Twitter é útil para fazer anúncios breves e sem dúvida para divulgar alertas. Abundam os exemplos recentes de acontecimentos que se propagaram pelo Twitter para serem logo resgatados por jornalistas que então os divulgam nos meios convencionais.

No México, como ocorre em toda a América Latina, a irrupção das redes sociais na vida pública é tão recente que se torna difícil fazer um diagnóstico de seus efeitos e consequências. Subitamente, não há personagens dessa vida pública que não queiram ter

¹⁵ Dados calculados a partir de www.alexa.com e de acordo com o total de usuários mundiais da Internet relatado em www.internetworldstats.com. Consultas realizadas em 15 de maio de 2011.

uma conta no Twitter, tanto governantes e dirigentes políticos como artistas e atletas. Essas redes podem ser utilizadas tanto para anunciar iniciativas políticas e aconselhar medidas em situações de emergência (assim ocorreu no México durante a epidemia de gripe entre abril e maio de 2009), como para confundir e amedrontar a população. Em Cuernavaca e algumas cidades de Tamaulipas, grupos de narcotraficantes enviaram mensagens em que avisavam que haveria tiroteios e sequestros em alguns dias específicos; desta forma, mesmo sem cometer tais atentados, mantêm a polícia ocupada e os cidadãos assustados¹⁶.

Os jornalistas utilizam o Twitter e outras redes sociais para informar-se e informar; para relacionar-se entre si e com outras pessoas, mas, além disso, para saber com quem e como se relacionam diversos personagens públicos. Essas redes permitem propagar um assunto, mas não bastam para entendê-lo. Isto é, nelas se pode cumprir um dos fins essenciais do jornalismo, que é alardear as notícias, mas não bastam para realizar o mais importante, que é colocar em contexto um acontecimento e oferecer ao cidadão elementos para compreendê-lo e formar uma opinião sobre ele.

Cidadãos que se conectam

Em relação aos meios de comunicação, as redes sociais e outros espaços da Internet são úteis não apenas para os jornalistas profissionais. Também o são para que os cidadãos que desempenham outras ocupações opinem, pressionem e façam exigências sobre os conteúdos dos meios de comunicação. Há vários anos, os observatórios de meios de comunicação, baseados em *sites* em páginas *web*, têm sido, na América Latina, um recurso para discutir e até fiscalizar as empresas de mídia. Recentemente, no México, as redes sociais se revelaram úteis para que os cidadãos interessados nos meios de comunicação propaguem suas inquietações neste campo.

Em 7 de fevereiro de 2011, a jornalista Carmen Aristegui deixou de aparecer no noticiário radiofônico que apresentava na rede MVS Radio. É uma das jornalistas mais conhecidas no país e com frequência defende posições críticas em relação ao poder político. Três dias antes, Aristegui havia feito um comentário sobre o estado de saúde do presidente da República, Felipe Calderón, a quem um deputado de oposição qualificara de alcóolatra, sem apresentar provas. O gabinete do presidente pressionou a empresa radiofônica para que a jornalista se desculpasse por esse comentário. Como Aristegui não aceitou, a empresa cancelou seu contrato. Essa versão ficou conhecida, desde a véspera, por meio de mensagens no Twitter enviadas por colegas e colaboradores da jornalista. Na manhã do dia 7, as referências a ela nessa rede somavam milhares. No Facebook surgiram grupos com adesões maciças de apoio à jornalista. Nos dois dias seguintes, a *hashtag* *#aristegui* foi um dos temas (*trend topics*) mais mencionados no Twitter em todo o mundo. As mensagens, a maioria de apoio à jornalista, sucediam-se a um ritmo de várias por segundo. Esse apoio inicial influenciou para que Aristegui e a empresa radiofônica entrassem em acordo para o retorno da apresentadora ao noticiário.

¹⁶ Luis Castrillón, "Narcotwitteros. El crimen también se enseñorea en el ciberespacio". *Replicante*, maio de 2010, disponível em <http://revistareplicante.com/destacados/narcotwitteros/> Consultado em 8 de maio de 2011.

Poucas semanas mais tarde, nos primeiros dias de março, ocorreu outra manifestação de exigência de milhares de cidadãos sobre um assunto relacionado aos meios de comunicação. A exibição do filme *Presunto culpable* (Culpado presumido), que denuncia erros graves do sistema judicial mexicano, foi suspensa por decisão de uma juíza. Os protestos contra esse ato de censura se multiplicaram através do Facebook e do Twitter até que se retomaram as exibições desse filme.

Dessa maneira, os recursos on-line podem servir não só como espaços para expressar e eventualmente melhorar o trabalho dos jornalistas, mas também, para avaliar e apoiar ou questionar. Os meios de comunicação têm uma função essencial, como observadores e também, por vezes, como contrapesos do poder. Mas o poder dos meios é tão importante e suas funções substantivas tão úteis para a sociedade, que da mesma maneira que fiscalizam o governo, os empresários, os partidos e outras instituições, é pertinente que haja espaços e instrumentos para que os cidadãos investiguem e interpelem os próprios meios de comunicação. As redes sociais e outros espaços *on-line* são recursos valiosos para essa supervisão dos cidadãos em relação aos meios de comunicação.

Referências Bibliográficas

Botero, Catalina, *Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. 7 de março de 2011, pp. 263 e 264. Disponível em: http://www.cidh.oas.org/annualrep/2010sp/RELATORIA_2010_ESP.pdf

Bravo, Jorge, Aimée Vega Montiel e Raúl Trejo Delarbre, coordenadores, *Panorama de la comunicación en México 2011*. AMEDI, México, 2011.

Castrillón, Luis, “Narcotwitteros. El crimen también se enseñorea en el ciberespacio”. *Replicante*, maio de 2010, disponível em <http://revistareplicante.com/destacados/narcotwitteros/>

Crovi, Delia, Florence Toussaint e Aurora Tova, *Periodismo digital en México*. FCPyS de la UNAM, México, 2007.

Díaz Nosty, Bernardo e José Fernández Beaumont, editores, *Comunicación, Convergencia e Integración en América Latina*. Fundación AMELA e Editorial Pre-Textos, Valencia, España.

Flores Carranza, Leonardo Aramis, *Periodismo digital. Algunas experiencias desde la Ciudad de México...* Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 2005.

Frente Nacional por una Nueva Ley de Medios, *Declaración*, 18 de março de 2010. Disponível em <http://alturl.com/g7s5q>

Guerrero, Manuel Alejandro, coordinador, *Medios de comunicación y democracia. Perspectivas desde México y Canadá*. Universidad Iberoamericana, México, 2011.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística, INEGI, *Censo de Población y Vivienda 2010*.

Islas, Octavio e Fernando Gutiérrez et. al., coordenadores., *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*. Tecnológico de Monterrey e CECSA. México, 2002.

Ley sobre delitos de Imprenta promulgada em 12 de abril de 1917. Disponível em: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/Combo/L-230.pdf>

Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada em 19 de janeiro de 1960. Disponível em: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/leyes.php>

Meneses Rocha, María Elena, *El periodismo en la sociedad de la información. Implicaciones de la convergencia en los procesos de producción informativa, en la cultura profesional y en la calidad de la información: El caso de México*. Tesis. Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Comunicación. Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, 2010.

Navarro Zamora, Lizy, *Comunicación mexicana en Internet. Guía de medios en línea*. Fundación Manuel Buendía e Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 2002.

Olavo Torres, María Mónica, *Prensa y transparencia. Retos y transformaciones de la prensa a partir del Derecho de Acceso a la Información*. Tesis. Maestría en Comunicación, Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, México, 2007

Presidencia de la República, *Cuarto Informe Presidencial. Anexo Estadístico*, México, Stembro de 2010.

Trejo Delarbre, Raúl, “Digital Television: Options and Decisions in Latin America”. *Popular Communication. The International Journal of Media and Culture*. Routledge, Taylor and Francis Group, London, No. 7, 2009

Trejo Delarbre, Raúl, “Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina”. *Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, Vol. 33, No. 1, Janeiro / Junho 2010.

Vega, Ana Francisca e José Merino, *Ciudadanos.mx Twitter y el cambio político en México*. DeBolsillo, México, 2011.

O autor

Raúl Trejo Delarbre é pesquisador no Instituto de Pesquisas Sociais da UNAM. Doutor em Sociologia, é autor de 17 livros, entre os quais *Viviendo en El Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos* (Gedisa, 2006) e *Simpatía por el rating. La política deslumbrada por los medios* (Cal y Arena, 2010). Foi presidente da Associação Mexicana de Direito à Informação (2009 – 2011).