

Televisões Americanas Condicionam Informação

(AFP)

A rede americana Cable News Network (CNN) é amplamente reconhecida pela sua rapidez e capacidade de mobilizar grandes grupos de opinião em todo o planeta, mas estes méritos não a livram de críticas, sendo também acusada de fazer da informação um espectáculo e não se distanciar dos acontecimentos.

Estas críticas, que remontam à Guerra do Golfo ou ao caso Monica Lewinsky, não se dirigem apenas à rede de informação CNN, mas a quase todos os canais americanos. No entanto, a CNN assume uma responsabilidade particular. "Todo o planeta a vê. A maior parte das outras redes americanas fecharam há muito tempo os seus escritórios no exterior por questões económicas", afirma Mark Crispin Miller, especialista em meios de comunicação da Universidade de Nova York.

"Durante a Guerra do Golfo, os meios de comunicação funcionaram geralmente como um grande megafone do Pentágono e da Casa Branca", refere. Em Janeiro de 1991, as imagens dos aviões aliados bombardeando Bagdad e as entrevistas à imprensa de porta-vozes americanos invadiram os ecrãs, legitimando dessa forma a lógica da operação "Tempestade do Deserto". "Não havia lugar para uma análise crítica da guerra", diz ainda Crispin Miller.

A CNN admite ser difícil não influenciar o debate público, em especial em casos de conflito, mas destacou que a sua missão prioritária é a de informar, apresentando todos os pontos de vista e deixando ao cuidado do telespectador a formação de uma opinião sobre o tema.

"Não somos ingénuos, sabemos que as pessoas tentam usar-nos. Mas não temos intenções políticas, não exportamos um ponto de vista americano", afirma, por seu turno o presidente da CNN International, Chris Cramer, de nacionalidade britânica.

Durante a intervenção da NATO no Kosovo, em 1999, "estivemos menos impressionados com as bombas e os discursos militares", sublinha Chris Cramer, um ex-funcionário da BBC que se integrou em 1996 na CNN.

Conscientemente ou não, a CNN reproduz, no entanto, um modelo americano, diz David Klattel, professor de meios audiovisuais da escola de jornalismo da famosa Columbia University, de Nova York.

"Quando há uma guerra ou um escândalo, até os pequenos países tentam parecer-se com os americanos. As campanhas eleitorais adoptam um estilo mais americano", precisou. O formato de informação 24 horas contínuas leva a um exagero na exposição de alguns temas na CNN, como o julgamento por assassinato do ex-jogador O.J. Simpson, que derivou em "cobertura informativa de entretenimento", ou seja em banalização da actualidade.

A rede, "dependente das medições de audiência e dos anúncios publicitários", tem um interesse económico particular neste tipo de questão, refere Crispin Miller. A transmissão durante horas das buscas ao avião de John Kennedy Junior ou a "torrente" de informação sobre a estagiária mais famosa da Casa Branca, permitem cobrir várias horas de programação sem grandes custos ou com forte apoio da publicidade.

"Isso não é reportagem mas simples observação. As redes de informação contínua acabam por ser uma espécie de observadores electrónicos", diz David Klattel.

Todos os direitos de reprodução e de representação reservados.

@ 1999 Agence France-Presse

sobre @ da Agence France-Presse