

Poder político e meios
de comunicação
da representação política ao *reality show*

Coleção *O Estado da Democracia na América Latina*
Dirigida por Bernardo Sorj e Sérgio Fausto

A coleção *O Estado da Democracia na América Latina* é parte do projeto Plataforma Democrática, uma iniciativa do Centro Edelstein de Pesquisas Sociais e do Instituto Fernando Henrique Cardoso, dedicada a fortalecer a cultura e as instituições democráticas na região, através do debate sobre as transformações da sociedade e da política na América Latina e no mundo.

Títulos publicados

Usos, abusos e desafios da sociedade civil na América Latina
Bernardo Sorj (org.)

As Farc. Uma guerrilha sem fins?
Daniel Pécaut

Silêncio, Cuba. A esquerda democrática diante do regime da Revolução Cubana
Claudia Hilb

Próximos títulos

Difícil Democracia
Sérgio Fausto (org.)

Democracia, Agência e Estado. Uma teoria com intenção comparativa
Guilherme O'Donnell

BERNARDO SORJ
(Organizador)

Poder político e
meios de comunicação
da representação política ao *reality show*



PAZ E TERRA

© 2010, Centro Edelstein/iFHC

Traduzido do original em espanhol: *Poder político y medios de comunicación*

Tradução: Miriam Xavier

Preparação: Vivian Mannheimer

Revisão: Pedro Silva

Projeto gráfico e diagramação: Gustavo S. Vilas Boas

Capa: Miriam Lerner

Imagem de capa: © iStockphoto.com/Anutik

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

P797

Poder político e meios de comunicação: da representação política ao reality show / Bernardo Sorj (organização) ; [tradução Miriam Xavier]. – São Paulo : Paz e Terra, 2010.
138 p.

Tradução de: Poder político y medios de comunicación : de la representación política al reality show

Trabalhos apresentados no seminário democracia, novos cenários na relação entre a mídia e a política na América Latina, realizado em Buenos Aires, no dia 16 de outubro de 2009.

ISBN 978-85-7753-132-5

1. América Latina – Política e governo – Congressos. 2. Comunicação de massa – Aspectos políticos – América Latina – Congressos. 2. Brasil – Política e governo – Congressos. 3. Comunicação de massa – Aspectos políticos – Brasil – Congresso. I. Sorj, Bernardo.

10.4018

CDD: 302.23098

CDU: 316.77(8)

021024

EDITORA PAZ E TERRA LTDA

Rua do Triunfo, 177

Santa Ifigênia, São Paulo, SP — CEP 01212-010

Tel.: (011) 3337-8399

E-mail: vendas@pazeterra.com.br

Home page: www.pazeterra.com.br

2010

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

Sumário

Introdução	7
<i>Bernardo Sorj</i>	
Fronteiras em movimento: caos e controle na relação entre a mídia e os políticos na América Latina.....	15
<i>Fernando Ruiz</i>	
Giro para a esquerda, populismo e ativismo governamental na esfera pública midiática da América Latina.....	47
<i>Philip Kitzberger</i>	
Meios, poder e democracia na América Latina ... de celebridades políticas, poderes midiáticos e democracias de simulação	75
<i>Omar Rincón e Ana Lucía Magrini</i>	
Censura judicial à imprensa no Brasil: autorregulação e maturidade democrática.....	103
<i>Carlos Eduardo Lins da Silva</i>	
Os autores.....	137

— |

| —

—

Introdução

Bernardo Sorj

Por que vários governos latino-americanos escolheram a imprensa como principal inimigo? Com certeza não é porque as relações entre o poder político e os meios de comunicação se caracterizaram pela harmonia em épocas passadas. Certamente não durante as ditaduras militares que se espalharam pela região entre os anos 1960 e 1980 e também não em situações nas quais os governos desenvolveram projetos de reforma social com o apoio de partidos de esquerda, como durante a presidência de Allende, no Chile, e de João Goulart, no Brasil.

Este conflito, portanto, não é novo. E mais: existe certa tensão entre os diversos poderes, formais e informais – e os meios de comunicação aí se incluem – o que é natural e saudável numa democracia. O problema é que atualmente, esta tensão se traduz em um confronto no qual vários governos da região identificam a mídia como o principal inimigo a ser combatido e sufocado.

Surgem então algumas perguntas: é válido o argumento de certos governos de que eles representam o povo, enquanto os meios de comunicação representam os interesses econômicos dos grupos dominantes,

ou esta afirmação esconde outras realidades? O confronto atual é a repetição de uma velha tendência ou estamos diante de um fenômeno que, ao menos em vários aspectos, apresenta novas características?

As respostas precisam levar em consideração as diferenças entre os vários países da região, mas acreditamos que é possível distinguir alguns aspectos comuns que cruzam as diferentes realidades nacionais analisadas nos trabalhos apresentados neste livro.

Em primeiro lugar, o discurso sobre o poder da mídia é bastante impreciso, basicamente porque os meios de comunicação não são um conjunto homogêneo. São variados (rádios AM e FM, rádios comunitárias, jornais, revistas, televisão, televisão a cabo, e cada vez mais a internet e o telefone celular). Por outro lado, cada segmento está internamente diversificado, com diferentes orientações políticas e setores sociais aos quais se dirige.

É claro que não se pode desconsiderar a existência de grandes grupos empresariais que controlam meios de comunicação importantes e que, frequentemente, são donos de vários deles. Com certeza, a linha editorial desses grupos de comunicação não é ideologicamente neutra nem deixa de considerar seus próprios interesses empresariais. Entretanto, em muitos casos, é graças à estabilidade econômica que estes meios de comunicação podem manter sua autonomia frente às pressões do poder público, enquanto empresas menores dependem, para se sustentar, dos gastos em publicidade realizados por organismos governamentais ou empresas do Estado. Esta estabilidade econômica possibilita a profissionalização, a especialização e a prática de um jornalismo investigativo, que não existia em muitos países da região poucas décadas atrás.

Em segundo lugar, a mídia está sujeita, como qualquer empresa, à lógica da procura; em outras palavras, deve atrair o interesse dos consumidores em um mercado competitivo. Para os meios de comunicação trata-se da luta pelo *rating*. Neste sentido, devem acompanhar e satisfazer as preferências do público. Com exceção dos regimes totalitários, o público dos meios de comunicação nunca é um ator passivo e exerce influência no tipo de oferta desses meios.

Em terceiro lugar, os governos não são atores passivos. Todos os meios de comunicação dependem, em maior ou menor grau, de recursos da propaganda oficial e de organismos paraestatais. Da mesma forma, as rádios e as emissoras de televisão são concessões públicas reguladas pelo Estado e por legislações que incluem leis referentes à

concorrência e, em muitos países, à entrada de capital estrangeiro. A possibilidade de utilizar estes instrumentos dá aos governos uma capacidade de coerção importante e que, como veremos mais adiante, foi renovada pela entrada de novas tecnologias e empresas interessadas no setor.

Em quarto lugar, ainda que faltem pesquisas oferecendo uma visão mais detalhada a respeito do efeito que a mídia exerce sobre os leitores/espectadores, a dinâmica política indica claramente que ela está longe de ser onipotente. Como mostram os trabalhos aqui apresentados, na maioria dos países latino-americanos os presidentes eleitos não contavam com a simpatia dos grandes grupos de comunicação. Como já mencionamos anteriormente, os meios de comunicação são muitos e variados e os círculos sociais de convivência e afinidade pessoal continuam sendo fundamentais para as escolhas pessoais. Da mesma forma, a suposição de que eles detêm um poder absoluto pressupõe que os cidadãos são facilmente manipuláveis e não, como acreditamos ser o caso, indivíduos pensantes que decidem a partir de vários critérios, dentro dos quais esses meios são uma entre tantas influências que eles filtram e elaboram.

Continua vigente a questão sobre se a mídia realmente se rege por uma agenda de ataque aos governos que se autodefinem como populares. Aqui é importante fazer uma diferença entre os vários países da região, já que em alguns casos, uma imprensa de baixa qualidade se caracterizou por assumir posições políticas de confronto direto com o Poder Executivo por motivos ideológicos. Mas, na maioria dos países da região, o que se define como jornalismo de confrontação é na verdade um jornalismo investigativo, denunciando atos de corrupção e abusos de poder. Trata-se, na realidade, e desde a sua origem, de uma agenda típica do jornalismo, associada à ética da profissão de jornalista e que mobiliza o interesse do público em geral e dos setores da classe média em particular. Eles são os principais consumidores da mídia impressa e os que suportam a carga mais pesada de impostos, sendo, portanto, mais sensíveis aos privilégios dos políticos e ao esbanjamento do dinheiro público.

Nas democracias de massas, a existência de um jornalismo livre que critique e denuncie os excessos e os atos ilegais do poder público e de seus funcionários é uma condição básica da transparência, controle e participação dos cidadãos. A América Latina, que viveu sob ditaduras que sistematicamente censuraram os meios de comunicação de massa deveria ter aprendido esta lição.

Desta maneira, e apesar de em certos países a qualidade do jornalismo e a imparcialidade política dos meios de comunicação deixar muito a desejar, como destaca Fernando Ruiz em seu artigo, é a tentação autoritária de políticos e de governos ultrapresidencialistas, que não aceitam críticas nem controles externos, que está à frente dos ataques aos meios de comunicação realizados em vários países da região, como é detalhadamente descrito no trabalho de Philip Kitzberger. No Brasil, como expõe o trabalho de Lins da Silva, existe outra tendência que também está presente na América Latina: a de um poder judiciário que se excede em suas funções e que se transformou em uma fonte de censura e em um obstáculo para a liberdade de imprensa.

O tema, sempre importante, de como aumentar a diversidade e a participação cidadã nos meios de comunicação não se resolve com a estatização do setor e o amordaçamento das empresas privadas. Também é preciso ter cuidado com a necessidade de aumentar a participação de uma hipotética sociedade civil, que na realidade se encontra extremamente fragmentada e na qual muitas de suas organizações estão direta ou indiretamente associadas com os grupos no poder.

De fato, ao mesmo tempo em que alguns governos se voltam para o velho estatismo, as novas tecnologias produzem uma profunda transformação nas formas de comunicação e participação. A participação cidadã aumentou muito na região. O desafio é aglutiná-la em movimentos políticos, mas não estatizá-la.

Voltemos, então, à pergunta sobre se existe algo novo nos ataques aos meios de comunicação, além das conhecidas tendências autoritárias e estatizantes que fazem parte da cultura política da América Latina.

Uma hipótese que gostaríamos de arriscar para ser desenvolvida em pesquisas futuras é a de que os meios de comunicação estão sendo atacados não em razão de seu poder, mas sim por causa de sua crescente fragilidade. O surgimento das novas tecnologias da comunicação gerou uma profunda crise no setor da imprensa escrita.

Esta crise se reflete nas novas práticas da comunicação política, na estrutura de negócios das empresas, na transformação do trabalho jornalístico com as novas formas de jornalismo virtual e no surgimento de novos atores interessados em ingressar no setor.

A transferência em massa de leitores de notícias para a internet fez com que a tiragem da maioria dos grandes jornais impressos apresen-

tasse uma queda constante. Da mesma forma, os noticiários de televisão perderam sua audiência e/ou seu peso como fontes de informação. Ainda que os jornais atualmente sejam mais lidos na tela do computador do que no papel, o modelo de geração de recursos está em crise, provocando em muitos casos um corte de pessoal.

Como indicam os trabalhos aqui apresentados, em vários países da região presidentes e assessorias de imprensa desenvolveram uma estratégia de comunicação política mediante a qual os presidentes e seus assessores de imprensa praticamente não se dirigem mais aos jornalistas para dar as notícias. No novo formato de comunicação, esta manobra evasiva é feita através de atos ou programas jornalísticos nos quais o presidente “fala com o povo”, programas estes que são transmitidos por cadeias de rádio e de televisão. Esta estratégia, como mostra o trabalho de Omar Rincón, não é monopólio de uma linha ideológica, já que é utilizada tanto por Hugo Chávez na Venezuela, quanto por Álvaro Uribe na Colômbia.

O poder sempre utilizou meios simbólicos para divulgar imagens dos governantes com os quais o povo pudesse se identificar. Mas o velho estilo midiático de celebração do poder era o da construção de imagens de líderes ao mesmo tempo distantes e paternais, diferentes dos mortais comuns e, portanto, caracterizados por uma aura singular. Hoje, em uma sociedade permeada por valores igualitários, a comunicação política se transformou em um *reality show*, no qual os governantes devem mostrar-se iguais ao cidadão comum, apresentando-se como um deles. A ideia de que os representantes do povo são pessoas com qualidades excepcionais chega a ser desprezada e está condenada ao fracasso, no que se refere à comunicação, já que é vista como algo distante e elitista, palavra que passou a ter somente conotações negativas.

Ou seja, a despeito do enfrentamento entre núcleos de poder, o tema da mídia e da política apresenta uma temática de fundo que é a da transformação, tanto das relações sociais (cada vez mais centradas em uma cultura igualitária e em indivíduos com amplo acesso à informação), quanto a da representação social (com o choque entre a concentração de poder e a participação coletiva).

Esta transformação inclusive tem impacto sobre a própria profissão de jornalista, que está sendo redefinida em razão da criação de sites e blogs, institucionais ou pessoais, sem mencionar os *spams*, e que transformam qualquer cidadão ou organização em fonte de notícias. Ainda

que o jornalismo investigativo, associado aos grandes meios, continue sendo a principal fonte de “notícias” de grande impacto social (que os blogueiros posteriormente comentam), o sentimento entre os profissionais da comunicação é de que o jornalismo é uma profissão em crise.

Entretanto, talvez o fator principal, do ponto de vista do tema aqui apresentado, seja que a convergência dos meios de comunicação (telefone, televisão e internet), atrai o interesse de novos e poderosos atores econômicos para a área da produção de conteúdo; particularmente para as grandes empresas de comunicação e para os grandes portais da internet que passaram a ter um interesse estratégico na produção de conteúdos. Em geral, são empresas economicamente mais poderosas que os grupos tradicionais da área de comunicação.

Esta transformação do sistema da mídia exige, por sua vez, novas formas de regulação do setor, o que deu aos governos a possibilidade de intervir a favor de certos grupos empresariais, colocando uma espada de Dâmocles sobre as empresas do setor e que pode ser usada pelos governos em função de interesses político-partidários.

As novas formas de comunicação política e a fragilidade comercial dos meios de comunicação enfraquece a tese do poder onipotente da mídia. Porque então a obstinação contra este setor? Isto – e generalizando novamente uma realidade que difere de país para país –, destaca o enfraquecimento de outros meios tradicionais de articulação das vozes regionais de oposição, particularmente dos partidos políticos e dos sindicatos. Este contexto, no qual os meios de comunicação aparecem como os únicos fatores capazes de articular críticas ao poder público, os transformam em alvo privilegiado dos ataques dos governos com tendências autoritárias. Ou seja, quando falham as estruturas de **mediação** entre os cidadãos e o sistema político, passa-se para a **mediatização** destas relações. Com intensidade diferente, este processo está presente em todas as democracias modernas, transformando a relação com a mídia (ocupando-a, neutralizando-a ou silenciando-a), no centro da atividade política. Aparecer na mídia passou, inclusive, a ser obrigatório tanto para as organizações da sociedade civil quanto para os grupos de ativistas radicais.

Finalmente, não podemos deixar de mencionar dois temas que surgiram no seminário e que ainda que não sejam objeto deste livro, merecem ser mencionados. O primeiro é a existência de meios de comunicação livres da interferência dos governos, fato fundamental para

enfrentar regimes e tendências autoritárias, mas, igualmente, ao denunciar incessantemente os políticos por atos de corrupção pode levar à erosão dos valores democráticos. Aparentemente este paradoxo explica-se pela mesma dinâmica: o jornalismo investigativo, que denuncia a malversação de fundos e a apropriação privada de recursos públicos é fundamental para a democracia. Mas o jornalismo que só se concentra na denúncia, enfraquece a imagem de toda autoridade política em razão da tendência a valorizar excessivamente o escândalo político em detrimento de qualquer outra notícia. Este contexto gera um estado de conflito, no qual políticos e meios de comunicação se deslegitimam mutuamente, o que não favorece a consolidação de uma cultura de diálogo democrático e respeito pelas diferentes esferas de poder.

O segundo tema sobre o qual esperamos realizar um próximo encontro e uma próxima publicação nesta coleção é o do impacto dos novos meios de comunicação na política. Entendemos que é um campo muito dinâmico, em permanente transformação, e que exige pesquisas e um acompanhamento constante que nos permita compreender por que, quanto e como o mundo virtual afeta o sistema político.

Os trabalhos aqui apresentados foram discutidos no seminário *Democracia 2.0? Novos cenários na relação entre a mídia e a política na América Latina*, realizado em Buenos Aires, no dia 16 de outubro de

2009. O seminário foi organizado por Hernan Galperin, diretor da Universidade de San Andrés e por Alberto Quevedo, diretor da Faculdade Latino-americana de Ciências Sociais - FLACSO/Argentina, juntamente com Plataforma Democrática. A contribuição dos participantes das mesas, além dos autores dos trabalhos aqui apresentados, também inclui Silvio Waisbord, Maria O'Donnell, Carlos Acuña, Lucas Sierra, Eliseo Verón, Miguel Wiñazki, Laura Zommer e o público presente, e foi incluída na versão final dos textos. Um resumo dos debates coordenados por Alejandro Alfie e o vídeo do seminário podem ser encontrados em <http://www.plataformademocratica.org/>.