

Mais um passo

Fábio Vasconcellos

Mestre em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)
e jornalista.

Tantas vezes entendida pela imprensa como um bem a ser implantado, e não um processo de construção permanente, a democracia brasileira acaba de dar mais um passo no sentido da sua própria afirmação. Ironicamente, o movimento acontece ainda com grandes resistências dos veículos de comunicação, não em apontar alguns dos equívocos do nosso sistema, mas de discutir como esse sistema, diga-se ainda bastante desigual, formula-se também pelas ingerências da mídia. Mas, como disse, estamos falando de avanços.

O livro *A Mídia nas Eleições de 2006*, organizado por Venício de Lima e publicado pela Editora Fundação Perseu Abramo, trouxe a público reflexões importantes sobre a relação entre mídia e política e, talvez de maneira ainda inédita, conseguiu ativar a participação de representantes da imprensa. Não se questiona aqui a qualidade das críticas que o livro provocou – muitas delas no sentido de desqualificar a obra – mas suas conquistas. Invertendo o raciocínio inicial. Se é verdade que a democracia não se impõe, mas se constrói, a discussão sobre o papel das nossas instituições, e incluo aqui a própria mídia, é parte constitutiva disso.

Nesse sentido, as contribuições do livro de Lima são muitas. Reunindo artigos de 16 pesquisadores, professores, jornalistas e especialistas no tema eleições e mídia, a obra conseguiu apresentar, pouco tempo depois dos próprios acontecimentos históricos, abordagens que ajudam a compreender o papel da imprensa na disputa de 2006. A questão chave do livro refere-se ao poder da mídia. Desse modo, se foi tão evidente a reação negativa dos principais veículos de comunicação aos eventos de campanha daquele ano, em especial os que colocavam na defensiva a campanha de Luiz Inácio Lula da Silva, o que explicaria a expressiva votação do presidente no segundo turno? Teria a imprensa perdido a capacidade de influenciar a decisão do voto? Afinal, a mídia já teve esse poder no Brasil?

Certamente, não deve haver uma resposta isolada para o fenômeno de 2006. E é aqui que *A Mídia nas Eleições de 2006* se apresenta não como ponto de chegada, mas como partida para uma série de idéias e propostas a serem aprofundadas. Recorrendo à síntese dos trabalhos apresentados no livro, Venício Lima propõe sete possíveis conclusões sobre a participação da imprensa nas últimas eleições presidenciais.

- 1) Houve desequilíbrio na cobertura jornalística dos candidatos;
- 2) Prevaleceu uma atitude de hostilidade ao candidato Lula entre jornais da grande mídia;

- 3) Houve um deslocamento entre a opinião dominante na mídia e a opinião da maioria dos eleitores;
- 4) Os sites e os blogs na Internet aumentaram sua importância no debate eleitoral;
- 5) A mídia entrou na agenda pública de discussão;
- 6) A credibilidade da grande mídia foi colocada em questão;
- 7) Novas mediações diminuíram o poder de influência direta da grande mídia.

Em resumo, sobre as eleições de 2006 pode-se dizer que, embora tenha prevalecido o desequilíbrio no noticiário, outros dispositivos concorreram com a poder da imprensa de mediar o discurso, qual seja: a participação de um líder político já bastante conhecido da população; a Internet e os blogs como canais de disseminação e questionamento sobre o noticiário; e o distanciamento da chamada opinião publicada da opinião pública. Em outras palavras, a imprensa insistiu no tema da moral na política, quando a imensa maioria da população reafirmava sua preferência no governo em razão de uma série de melhorias sociais e econômicas.

Para melhor localizar o leitor, a introdução de Lima divide o livro em três partes. A primeira reúne textos de autores que procuram responder à questão: Como foi a cobertura das eleições na mídia? Os artigos apresentam farto material quantitativo, seguido de suas respectivas análises críticas produzidas pelo Observatório Brasileiro de Mídia, o Laboratório de Pesquisas de Comunicação Política e Opinião Pública (DOXA-IUPERJ) e o Centro de Altos Estudos em Publicidade e Marketing da ESPM-SP. A segunda parte do livro traz a indagação: Qual foi o papel da mídia? Para problematizar a questão, sete autores apresentam abordagens sobre diferentes aspectos do desempenho da grande mídia nas eleições, desde sua produção noticiosa, passando pela discussão sobre ética e *ethos* jornalístico, até as variáveis que podem influenciar a recepção informativa. A terceira parte – O que é necessário fazer para aprimorar o funcionamento da mídia na democracia brasileira? – traz texto de Luiz Felipe Miguel, professor do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília, que reafirma a necessidade da desconcentração do sistema de mídia no Brasil como forma de pluralizar o debate público, um dos alicerces imprescindíveis para afirmação da nossa jovem democracia.

Como foi dito no início desta apresentação, mais um passo foi dado. Discutir a atuação das nossas instituições no processo de consolidação da democracia brasileira é um ganho para a sociedade. O livro de Venício Lima se esforça nesse sentido ao ampliar o entendimento sobre mídia e eleições no país. E o desafio é grande. Se desde a eleição de Collor, em 1989, era comum afirmar o grande poder da imprensa de interferir nas disputas eleitorais, agora, novas questões precisam ser levadas em conta.