

Resenha

Mídia: crise política e poder no Brasil
(LIMA, Venício A. de. São Paulo: Perseu Abramo, 2006)

Jairo Rafael BRAZ¹

O livro “Mídia: crise política e poder no Brasil” reúne sete textos escritos pelo sociólogo e jornalista Venício A. de Lima, sendo que quatro deles nunca foram publicados e os outros três foram reescritos e atualizados. O autor desenvolve uma reflexão sobre a relação entre mídia e política no contexto nacional, destacando a problemática do coronelismo eletrônico e da concentração da mídia, além de levantar questionamentos pertinentes a qualidade da informação e a ética no cotidiano do jornalismo.

O livro está dividido em três partes, sendo que a primeira aborda a relação entre mídia e política. No capítulo 1, intitulado “Presunção de culpa”: a cobertura da crise política de 2005-2006, o autor enfatiza a definição do escândalo político midiático (EPM), segundo a teoria social de Thompson (2002). Este fenômeno pode ser considerado como um “evento que implica a revelação, através da mídia, de atividades previamente ocultadas e moralmente desonrosas, desencadeando uma sequência de ocorrências posteriores” (p. 13). Neste contexto, é importante observar a presença do capital simbólico na construção de trajetórias políticas, com base na teorização de Bourdieu (1989). Trata-se, entre outros aspectos, da reputação da figura política, que deve ser cuidada e gerida com eficácia.

A mídia possui as ferramentas capazes de minimizar ou potencializar a imagem de qualquer figura pública, governo ou partido político. Uma crise política, como a que foi gerada pelo Caso Mensalão, “não existiria se não fosse *na e pela* mídia” (p. 13). Neste caso, uma das consequências mais visíveis foi o surgimento de uma narrativa midiática própria e uma espécie de vocabulário da crise, com uma série de novas palavras/expressões relativas ao contexto, como *mensaleiro*, *valerioduto*, *CPI*, *homem da mala*, entre outros.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPPB. E-mail: rafabraz4@hotmail.com

Ainda no primeiro capítulo, Lima (2006) analisa alguns exemplos de enquadramentos midiáticos da crise política, que fortalecem a tese de presunção de culpa imposta por alguns veículos de comunicação. No caso dos saques de petistas no Banco Rural e da entrevista com o ex-deputado Valdemar Costa Neto, o autor demonstra que houve falhas graves por parte da imprensa, num misto de irresponsabilidade, insinuação e falta de ética profissional.

No capítulo seguinte são apresentadas as sete teses construídas para explicar as relações entre mídia e política no contexto nacional. A primeira sustenta que a maioria das sociedades contemporâneas está centrada na mídia, que permeia diferentes processos e esferas da atividade humana, em particular a da política. Em seguida, na tese de número dois, o autor defende basicamente que a mídia tem o poder de definir o que é público no mundo contemporâneo, e isto acaba implicando no conceito de visibilidade e na atividade política. A terceira tese observa que, diante de um cenário de crise generalizada na política, a mídia passa a exercer muitas das funções tradicionais dos partidos políticos, como a construção da agenda pública e a fiscalização das ações do governo.

Chegando a quarta tese, o autor sentencia que a mídia alterou de forma radical as campanhas eleitorais no Brasil e conseqüentemente o modo de se comunicar com os eleitores. No quinto item, fica claro o poderio da mídia, que se transformou em importante ator político, com interferência direta no processo político. A penúltima tese, por sua vez, enfatiza que as características históricas específicas do nosso sistema de mídia contribuem para potencializar o seu poder no processo político. É o que acontece quando temos uma mídia concentrada e dominada pelos grupos familiares e políticos. Por último, Lima (2006) atenta para o baixo nível de formação da população brasileira e sua grande exposição à mídia, o que aumenta ainda mais o poder midiático no processo político, sobretudo na disputa eleitoral.

No terceiro capítulo, intitulado “TV Globo: 40 anos de intimidade com o poder”, o autor relata episódios históricos e hipóteses que ilustram a forte influência da Rede Globo de Televisão (RGTV) no cenário nacional. O primeiro episódio ocorreu nas eleições de 1982, no Rio de Janeiro, quando a Rede Globo se envolveu em um esquema fraudulento de apuração de votos, com o intuito de prejudicar o candidato Leonel Brizola, que não agradava a RGTV. No segundo episódio, em 1984, o fato central foi o boicote promovido pela Globo ao movimento das Diretas Já, omitindo-se de cobrir os

vários eventos que ocorriam pelo Brasil. O terceiro e último caso, em 1988, diz respeito a nomeação do ministro da Fazenda do presidente Sarney, que foi submetida à aprovação prévia de Roberto Marinho, da Rede Globo.

Na sequência, ainda no terceiro capítulo, o autor propõe algumas hipóteses sobre a origem e predominância do poder da Globo. Além de observar o domínio de audiência e a concentração de verbas publicitárias por parte da RGTV, Lima (2006) analisa o papel de agente legitimador do regime militar exercido pela emissora, o que contribuiu de forma decisiva para a construção de sua hegemonia.

Neste momento, inicia-se a segunda parte do livro, cuja pretensão é discorrer sobre os elementos que compõem a estrutura do sistema brasileiro de mídia. O capítulo quatro procura mostrar que a mídia no Brasil é concentrada, em decorrência da ausência de limites à propriedade cruzada, e mais recentemente, se torna internacionalizada. Com base em alguns dados, o autor apresenta um cenário em que o mercado brasileiro foi invadido por várias agências de publicidade ligadas a grupos internacionais, fruto da globalização e da privatização da economia. Noutro ponto, o capítulo traz alguns exemplos de internacionalização da nossa mídia, como a venda de parte da Editora Abril para o grupo sul-africano Naspers e a fusão da Sky com a Direct TV.

O quinto capítulo do livro, cujo título é “Parlamentares e radiodifusão: relações suspeitas”, tem como objetivo identificar situações específicas em que as normas legais e regimentais para concessão de rádio e televisão estariam sendo violadas. Descobrir os verdadeiros controladores das empresas concessionárias de radiodifusão no Brasil não é uma tarefa fácil. Em primeiro, por que o cadastro sempre se encontra desatualizado. Em segundo, e mais importante, os verdadeiros controladores recorrem a nomes de parentes e “laranjas” como forma de encobrir o seu patrimônio. Para fortalecer esta concepção, o capítulo traz ainda várias listas com os nomes de deputados e senadores que possuem concessões de rádio e TV.

A última parte do livro é aberta com o capítulo seis, intitulado “*Responsabilidade social*”: nome novo para o velho oficialismo do “Jornal Nacional”. Neste tópico, o autor ressalta o protagonismo do Jornal Nacional, da Rede Globo, e busca compreender a suposta nova fase do telejornal. Foi a partir da campanha presidencial de 2002 que começou a se configurar esta possível mudança no padrão oficialista de cobertura da política no JN. Mas por que a modificação? Alguns fatores explicam tal comportamento. Um deles diz respeito a crise financeira que assolava a

holding das Organizações Globo (Globopar) naquele momento. Outra explicação se encontra na adoção de um novo discurso por parte do JN, o de *responsabilidade social*.

Este conceito aposta num “papel pedagógico” para o jornalismo, mesclado de coberturas didáticas e de incentivo à construção da cidadania. Durante a cobertura das eleições 2002, o JN produziu três séries de reportagens especiais que refletem bem esta nova postura, são elas: Série “Problemas Brasileiros”, “Brasil Bonito” e “O Poder do Presidente”.

O desenvolvimento do último capítulo se dá a partir de vários questionamentos sobre a influência do jornal impresso e da TV na formação da opinião pública brasileira. Partindo disto, o autor procura verificar o peso que jornais do porte de *O Globo* e *Folha de S. Paulo* têm na construção desta opinião pública. De qualquer forma, a mídia eletrônica, em particular a televisão, exerce uma maior influência relativa na formação da opinião pública.

Enfim, a obra representa uma importante contribuição para os estudos que envolvem mídia e política, especialmente no contexto nacional. Possui uma natureza bastante prática e recheada de informações preciosas, que contribue para qualquer análise acadêmica (ou não) acerca do tema. A discussão em torno da realidade da mídia brasileira e suas características marcantes, como a concentração e internacionalização, fortalece o repertório do pesquisador e levanta questionamentos para os próximos estudos.