

Mídia, política e eleições

Homero de Oliveira Costa

No Brasil, o desenvolvimento da imprensa, comparado a Europa, é relativamente tardio. Como se sabe, os jornais só surgiram a partir de 1808 com a chegada da Corte portuguesa e a instalação da tipografia da Imprensa Régia e de forma limitada: sob censura prévia, tanto pelo poder civil (Ordinário e Desembargo do Paço) como eclesial (Santo Ofício).

Os jornais que surgiram a partir daí eram claramente vinculados a interesses políticos e com tiragens e circulação limitada. Com a independência em 1822, não houve uma alteração substancial (a não ser o fim da censura prévia).

Como diz Goulart, a partir daí o jornalismo que se desenvolve, especialmente no Rio de Janeiro, era profundamente ideológico, militante e panfletário¹.

Durante todo o Império, os jornais eram basicamente regionais e partidários, com circulação limitada (até porque a maioria da população era analfabeta).

Só a partir de finais do século XIX e início do século XX é que a imprensa brasileira passa a ter uma estrutura empresarial, com o surgimento da chamada (hoje) grande imprensa, ou seja, jornais como o Estado de S. Paulo, Jornal do Brasil, Folha de S. Paulo e Globo (este surgiu na década de 1920).

Mesmo assim, com claros posicionamentos político-partidários (basta lembrar a campanha sistemática do O Estado de S. Paulo contra Getúlio Vargas para a eleição presidencial de 1930 e o posicionamento do jornal em relação ao governo (tanto no período de 1930-1945, quanto no período 1951-54).

No plano regional, os jornais eram basicamente controlados pelas oligarquias, expressando, portanto, seus interesses. Não havia pluralidade da informação (condição básica da democracia).

¹ Ana Paula Goulart. Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 1950, Editora E-Papers, 2006

Assim, historicamente o que se constituiu no Brasil foi um jornalismo essencialmente de opinião e claramente partidário. Entre outros exemplos, podemos citar os casos dos dois principais jornais cariocas da década de 1950: A Última Hora, de Samuel Wainer e a Tribuna da Imprensa de Carlos Lacerda (UDN), o primeiro em defesa do presidente Vargas e o outro, de oposição.

Essa situação, de certa forma, permanece, mesmo considerando o largo processo de desenvolvimento do país ao longo do século, com a expansão das redes nacionais de rádio e televisão (o rádio surge nos início dos anos 1920 e a televisão nos anos 1950) e a modernização da imprensa.

O posicionamento político da imprensa não é específico do Brasil. Na Europa a imprensa surgiu vinculada à política e, especialmente a partir da formação dos partidos políticos de massa em meados do século XIX, aos políticos, partidos e grupos sociais organizados. São os casos de países de larga tradição democrática como França, Inglaterra, Alemanha, Finlândia, Suécia, Dinamarca e Noruega. Isso ocorreu também nos Estados Unidos.

Lima (2010), reconstituindo, em linhas gerais, a história da imprensa no Brasil e analisando a cobertura jornalística especialmente em períodos eleitorais, argumenta que há uma posição implícita da imprensa e defende que os jornais, revistas e concessionárias do serviço público de rádio e televisão explicitassem editorialmente sua posição político-partidária.²

A reflexão do autor se inseria no início da cobertura da mídia para as eleições de 2010, no qual havia um apoio implícito a determinada candidatura “cada vez mais difíceis de dissimular”. Para ele “os resultados comprometedoramente divergentes de pesquisas eleitorais, divulgado – ou omitidos – por institutos de pesquisas vinculados a diferentes grupos de mídia são apenas uma das muitas expressões públicas da partidarização crescente”.³

Se assim é, indaga o autor, não seria então mais democraticamente salutar que cada um dos veículos de comunicação do país explicitasse seu apoio eleitoral e abandonasse a falsa posição editorial de independência?

² Venicio A. Lima. Pelo apoio eleitoral explícito. Observatório da imprensa, 24/04/2010.

³ Idem

No Brasil assumir explicitamente uma posição é raro, embora se saiba que a cobertura das eleições assume claramente um posicionamento político-ideológico.

Azevedo analisa o sistema de mídia brasileiro e sua relação com o sistema político tendo como foco principal o comportamento do jornalismo político, mais especificamente as coberturas eleitorais da chamada grande imprensa (jornais Folha de S. Paulo, o Estado de S. Paulo, O Globo e Jornal do Brasil, além das revistas semanais Veja, Época e Carta Capital) nas eleições presidenciais de 1989 a 2002 e mostra como houve um claro favorecimento às candidaturas de Fernando Collor (1989) e Fernando Henrique Cardoso (1994 e 1998).⁴

A exceção foi à eleição de 2002 – quando houve um maior equilíbrio na cobertura. Nesta eleição houve um apoio explícito da candidatura Lula pela revista Carta Capital, enquanto que a revista Veja, embora engajada na campanha de José Serra, como ocorreu nas eleições presidenciais de 2006 e 2010, não explicitasse o seu apoio.

Como diz Lima (2010) ao defender que se assuma um posicionamento “ao assumir uma posição que já está implícita, tanto na pauta quanto no enquadramento de suas matérias, o veículo talvez ganhasse até mesmo em credibilidade, uma vez que o leitor – que não é tolo – não se sentiria enganado”.⁵ Isso me parece ser válido tanto para a chamada grande imprensa, como para os jornais locais e regionais.

Homero Costa é professor do Departamento de Ciências Sociais da UFRN
http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/homero_costa/index.html

⁴ Fernando Antonio Azevedo. Mídia e democracia no Brasil: relações entre sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, v.12, n.1, 2006.

⁵ Lima. *Idem*. *Op.cit.*



www.dhnet.org.br