O poder da mídia, contradições e (in)certezas
Venício A. de Lima

Apesar da certeza arrogante com que alguns "pesquisadores" nos oferecem interpretações sobre a influência da grande mídia – ou da inexistência dela – tanto no funcionamento das instituições republicanas como no comportamento coletivo – ou no comportamento do que se chama de "opinião pública" –, os dias que correm oferecem razões de sobra para muita reflexão e humildade.

Alguns exemplos reveladores:

1. É difícil acreditar que a posição unânime da grande mídia favorável à condenação de todos os réus, por todos os crimes a eles imputados pelo Ministério Público na Ação Penal nº 470, ao longo dos últimos sete anos, não tenha exercido influência importante no resultado do julgamento no STF.

Dito de outra forma: tivesse a grande mídia, desde a primeira denúncia, em 2005, pautado sua cobertura pelo princípio constitucional da "presunção de inocência" em relação a todos os réus e a todas as acusações, o resultado do julgamento teria sido o mesmo?

Supondo que a resposta correta a essa pergunta seja "dificilmente", estaremos admitindo a influência direta da grande mídia sobre o Judiciário, vale dizer, um dos três poderes da República.

Nova visibilidade

2. A se confirmarem os resultados ainda pendentes no segundo turno das eleições municipais, será possível afirmar que o julgamento da Ação Penal nº 470 não produziu o resultado esperado (desejado) pela grande mídia e pelos partidos de oposição [ao governo Dilma e ao governo anterior do presidente Lula]. Isto é, apesar de anos seguidos de "julgamento e condenação pública" de quadros dirigentes do PT e de alguns de seus partidos aliados, candidatos desses partidos venceram disputas em cidades-chave e tiveram expressivo número de votos em todo o país.

Seria correto, portanto, afirmar que a grande mídia não exerce mais a influência decisiva que já exerceu em campanhas eleitorais como, por exemplo, nas eleições presidenciais de 1989 (Collor x Lula).

3. O Ibope divulgou recentemente o resultado comparativo das preocupações predominantes entre os brasileiros no ano de 1989 e em 2010 (ver aqui).

O quadro abaixo é autoexplicativo, todavia vale destacar o comentário que está no release de divulgação dos resultados em relação ao "tipo de preocupação" corrupção. Afirma o Ibope:

"Apesar das constantes notícias sobre o assunto, o combate à corrupção também preocupa menos o brasileiro: de 20% passou a ser citada por 15% dos entrevistados."

Qual a relação da queda da preocupação do brasileiro com a corrupção e as "constantes notícias" – uma verdadeira campanha de moralidade seletiva e criminalização da política – veiculadas na grande mídia desde 2005?

4. O final da novela Avenida Brasil da Rede Globo prendeu a atenção de boa parte do país na sexta feira (19/10). As Centrais Elétricas de Santa Catarina (Celesc) já haviam constatado queda do consumo de energia durante o horário em que a novela esteve no ar: 5% entre 21h e 22h. Por causa da novela, o comício do candidato a prefeito de São Paulo Fernando Haddad, com a participação da presidenta Dilma, marcado para o mesmo dia do capítulo final, foi adiado.

A publicação deste artigo é gratuita para instituições educacionais.

Considerando que a novidade foi a visibilidade que deu à chamada "nova classe C", vale perguntar: quais modelos de comportamento (político, ético, de consumo etc., etc.) foram "oferecidos" diariamente à imensa audiência mobilizada por essa novela?

Outros tempos

Aparentemente contraditórios, esses fatos deveriam obrigar "pesquisadores" a pensar duas vezes antes de fazer avaliações definitivas: se há grande influência sobre o Judiciário, ela parece ser bem menor em relação aos resultados eleitorais (salvo o aumento nos índices de abstenção?) ou às preocupações dominantes entre os brasileiros. Por outro lado, o que dizer sobre uma novela que mobiliza milhões de pessoas a ponto de interferir diretamente na organização do tempo cotidiano? E, mais importante, o que tudo isso tem a ver com o processo democrático?

Hoje, como sempre, não existe explicação simples para a enorme complexidade das relações entre a mídia, as instituições republicanas e, sobretudo, a cidadania.

Um fato, todavia, parece certo: de maneira geral, a grande mídia não exerce mais o imenso poder que já teve sobre a maioria da população brasileira. Ainda bem.

Preocupações nacionais, ontem e hoje (IBOPE)

Tipo de preocupação	1989	2010
Inflação	57	4
Saúde	49	66
Segurança Pública	15	42
Educação	41	31
Desemprego	39	29
Combate à corrupção	20	15
Habitação	15	9
Dívida Externa	24	-
Drogas	-	29
Fichas técnicas das pesquisas		
Abrangência	Nacional	Nacional
Período de campo	Novembro/1989	Maio/2010
Entrevistas	3.650	2.002
Margem de erro	2 pontos percentuais	2 pontos percentuais

[Venício A. de Lima é jornalista e sociólogo, pesquisador visitante no Departamento de Ciência Política da UFMG (2012/2013), professor de Ciência Política e Comunicação da UnB (aposentado) e autor de Política de Comunicações: um Balanço dos Governos Lula (2003-2010), Editora Publisher Brasil, 2012, entre outros]

Fonte: Observatório da Imprensa. [Portal]. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed717_o_poder_da_midia_contradicoes_e_%28in%29certezas>. Acesso em: 23 out. 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais