



Comunicação e Política: as influências e implicações de uma relação saudável e perigosa¹

Ricardo CABRAL²

Mohammed ELHAJJI³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O envolvimento entre comunicação e política é sempre um tema que abrange um grande debate. Busca-se, então, analisar neste artigo as distintas vertentes dessa relação, tanto em seus aspectos positivos, quanto negativos. Nesse sentido, primeiramente é feita uma abordagem histórica da questão desde a influência dos meios de comunicação na formação da nação até as funções do repórter ao longo da história. Discutem-se, então, as influências bidirecionais entre comunicação e a prática política, para que seja possível abordar, afinal, as possibilidades da associação entre o Estado e a mídia.

Palavras-chave

Comunicação; Estado; mídia; política.

1. Introdução

É impossível, nos tempos atuais, não reconhecer que os meios de comunicação exercem influências poderosas no jogo político de qualquer país liberal-democrático e que adote a liberdade de imprensa constitucional.

Entretanto, deve-se manter essa relação no âmbito da *influência* – até mesmo bidirecional, como veremos adiante – e não aderir a costumeiros maniqueísmos e visões apocalípticas que acusam a mídia de exercer hoje um poder completo e absoluto sobre a política, a exemplo de Antonio Rubim, que afirma que a política tornou-se apenas mais um espetáculo entre tantos outros (RUBIM, 2000). O que acontece, na realidade, é que hoje saem à frente nas questões políticas aqueles líderes que sabem fazer um uso proveitoso dos meios de comunicação – e não há nada de maligno nisso.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social da ECO/UF RJ, email: ricardocp@ufri.br

³ Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da ECO/UF RJ, email: mohahajji@yahoo.com.br



É necessário que se haja a consciência de que mídia e política pertencem a campos independentes, na medida em que possuem sua própria lógica funcional e organizacional, porém sobrepostos, visto que interferem um no outro.

Mas é importante ainda perceber que, ao mesmo tempo, a ampliação dos recursos midiáticos possibilitou um avanço no sistema democrático, na medida em que o governo está cada vez mais ferrenhamente sob a vigilância do público, que é por sua vez mais capaz de inserir sua voz na esfera pública através da mídia.

No entanto, é preciso entender que a relação entre Estado e Mídia, ao mesmo tempo em que pode trazer proveitos, é muito perigosa, sendo um caso particular a se analisar.

Para compreender, então, como se dá essa relação entre meios de comunicação e política e, ainda, o que ela alterou na organização social e na relação entre líderes e seus eleitores, é imprescindível que se faça antes uma retomada histórica dos primórdios da mídia e sua relação com a política, o Estado e a nação.

2. Um Breve Histórico

2.1. Os meios de comunicação e a formação da Nação

O termo “política” vem do grego *politeía*, que indica todos os procedimentos relativos à *polis*, isto é, à cidade-Estado. Nesse sentido, antes de tudo é preciso entender como os meios de comunicação levaram à formação daquilo que chamamos hoje de nação, idéia intimamente ligada a de Estado – cenário principal da política.

É à época da formação do mundo moderno, por volta dos séculos XVII e XVIII, que ganha força a circulação de jornais e livros, veículos de comunicação que antes estavam sob controle da Igreja Católica e que agora traziam uma nova explicação do mundo, diferente daquela proposta pela cultura eclesiástica. A partir, então, da intensificação do uso dessas tecnologias, com o surgimento do capitalismo editorial, há uma grande difusão das idéias científicas e das reformas religiosas, contestadoras da ordem feudal vigente.

Nesse contexto, com a impossibilidade do uso do latim para tais publicações, são valorizados os dialetos locais que, após certo desenvolvimento, dão origem aos vernáculos, possibilitando, assim, a observação de um patrimônio cultural comum entre comunidades leitoras, dando forma a uma comunidade ainda maior. É a fundação da nação e do sentimento de nacionalidade.



Mas a importância dos jornais e livros nesse processo não está somente no fato de tais meios terem levado a uma identificação projetiva entre os leitores, dando origem a um sentimento de pertencimento a algo ainda maior. Foram eles também os responsáveis pela criação no homem da idéia de simultaneidade e de uma visão vertical do tempo, trazendo sentido à expressão “enquanto isso”.

É preciso compreender que a nação é, na realidade, uma comunidade imaginária na medida em que, apesar do sentimento de comunhão existente, a maioria de seus membros nunca conhecerá nem mesmo uma quantidade minimamente significativa de seus compatriotas. E esse sentimento de comunhão é diariamente reforçado pelos meios de comunicação e sua arbitrariedade da inclusão e justaposição de fatos. Sendo que “a data no alto do jornal, a marca peculiar mais importante que ele [o jornal] apresenta, fornece a conexão essencial” (ANDERSON, 1989, p.).

2.2. O Repórter e suas funções ao longo da História

Os primeiros jornais circularam a partir do século XVII principalmente em centros ligados à burguesia. Nessa época, pode-se depreender o caráter publicista do jornalismo. Isso significa que, de modo geral, era esperado do jornalista orientações e interpretações políticas, de modo que a parte mais importante do jornal era, comumente, o editorial.

Nesse sentido, percebe-se que, desde o surgimento da imprensa, ela já estava ligada à prática política e era capaz de manipular a população pouco instruída a agir de uma forma ou de outra. Mesmo séculos depois, o papel publicístico perdurou e são grandes exemplos dessa lógica Carlos Lacerda (*Tribuna da Imprensa*) e Lenin (*Iskra* e *Pravda*). Hoje, contudo, essa visão perdeu forças na medida em que, em um contexto de grande valorização das informações e de pouco tempo para absorvê-las, a leitura de um texto cujo teor é previsível tornou-se fútil.

Porém, foi somente após a Revolução Industrial que houve o nascimento do repórter e da reportagem. Foi aí, então, que o papel desse profissional começou a se definir mais claramente como responsável por cobrir fatos políticos, sociais e econômicos. Dessa forma, passaram a surgir as contradições entre os relatos jornalísticos e aqueles sustentados pelas elites governantes. Assim, já não podiam mais ser mantidos em segredo desvios de verbas públicas e massacres de movimentos sociais,



entre outros. Entretanto, a cultura letrada ainda era distante da grande maioria da população.

Mas é no começo século XX, então, que iniciam-se os estudos sobre a Comunicação Social, em um contexto de progressiva industrialização e urbanização, com a formação das grandes cidades densamente povoadas. Inicialmente, contudo, acreditava-se que a população comportava-se como uma “massa amorfa”, na qual se anulavam as diferenças individuais, e que os meios de comunicação representavam um poder incontrastável e absoluto, sendo a mídia o único meio apto a comunicar algo àquela “massa”. Os meios de comunicação eram, então, geralmente associados a manipulação ideológica e utilizados em larga escala para fins propagandísticos político-partidários.

Mesmo que ainda ingênuo e pouco elaborado, tinha início aí o uso dos meios de comunicação de massa pelas lideranças políticas como forma de dialogar com as “massas” eleitoras. Essa relação, no entanto, tendia a estreitar-se cada vez mais com o desenvolvimento dos veículos de comunicação e, conseqüentemente, das técnicas de uso político sobre os mesmos.

3. Os Meios de Comunicação e a Prática Política

Com o crescimento da importância da informação no mundo em que vivemos, a mídia teve seu poder imensamente ampliado. Hoje, pode-se considerá-la como uma espécie de gestora da esfera pública, possibilitando o acesso dos diversos setores da sociedade à voz ativa nos debates sociais, políticos e econômicos na medida em que é ela a responsável por mediar tais debates. No entanto, isso não significa que tal prática seja realmente justa e igualitária.

As empresas de comunicação, inseridas na lógica capitalista, muitas vezes sacrificam os ideais de promoção de justiça e democracia pelo lucro e pela produtividade. Isso ocorre porque são dependentes de outros grandes conglomerados que representam um papel fundamental, que é o de anunciantes. E, mesmo antes disso, tais grupos de mídia detêm visões próprias e específicas de mundo. Como conclusão, deve-se atentar ao fato de que a parcialidade midiática é, *definitivamente*, apenas um mito, e que, embora aparentemente dê voz a todos os setores sociais, muitas vezes o faz sem se comprometer, tratando esses discursos alternativos com pouca expressividade e, em alguns casos, até com repudia.



Deve-se lembrar ainda que, além disso, televisão, jornais e revistas ganharam o status de “verdade absoluta” e, portanto, estar presente neles leva automaticamente ao ganho de uma popularidade muitas vezes de proporções nacionais. Isso ocorre porque, no presente, é a mídia a responsável por definir, entre os fatos cotidianos, aquilo que é memorável. Assim, para se parecer memorável, é preciso *estar na mídia*.

Segundo essa lógica, com a grande difusão dos meios de comunicação em nosso tempo, é quase que compulsória para a realização de uma campanha ou mesmo de uma carreira política de sucesso, uma boa visibilidade nos meios comunicacionais. Tanto é assim que há diversos casos de indivíduos (entre eles Agnaldo Timóteo, Verônica Costa – vulga “Mãe Loira” – e Clodovil) que, aproveitando-se de sua fama em tais meios, lançam-se candidatos a cargos públicos e saem facilmente vitoriosos.

E é também em função dessa crença de que os meios de comunicação são a “voz da verdade” que a mídia é capaz de influenciar nas plataformas e ações políticas. Afinal, é ela que acaba por definir as preocupações públicas, visto que são consideradas de maior importância aquelas questões que detêm uma visibilidade maior nos veículos de comunicação. Infelizmente, contudo, isso acaba acarretando em uma preferência, por parte das lideranças políticas, por planejamentos de curto prazo, que tenham repercussão na mídia e, assim, façam crescer sua popularidade, em detrimento de ações direcionadas a médio e longo prazo.

A questão-chave é que os meios de comunicação tornaram-se um importante elemento de propaganda política. E, assim, têm vantagem aqueles que sabem utilizá-lo como tal. Se na era do rádio, consagrada por políticos como Franklin Roosevelt, Hitler e Getúlio Vargas, eram fatores determinantes o tom de voz e a retórica, na era da televisão tornou-se importante a aparência e o vestuário, em função do peso da imagem atribuído por tal meio. É, nesse momento, que passaram a ser mais importantes frases de efeito do que longos discursos. No Brasil, é considerado o precursor da era televisiva o ex-presidente da República, Fernando Collor de Mello.

Em contrapartida, é preciso perceber que os meios de comunicação de massa, de forma geral, são sempre incisivos em sua função de fiscalização das ações dos governos, fazendo com que a população possa tomar conhecimento daquilo que ocorre nos denominados “bastidores políticos”, o que contribui para o progresso da democracia. E essa evolução é também perceptível na medida em que a mídia, ao ampliar o acesso público aos discursos e fatos políticos, muitas vezes contribui para a



desmitificação de certas lideranças, desenvolvendo uma visão mais crítica da sociedade com relação aos políticos.

4. A Associação Mídia-Estado

Historicamente, é possível observar uma tendência geral de governos autoritários, ao tomarem o poder, terem como uma de suas primeiras medidas o controle sobre os meios de comunicação e as mensagens neles veiculadas. Os exemplos dessa conduta vão desde a Alemanha hitlerista e o Estado Novo de Vargas até a ditadura militar brasileira iniciada em 1964.

Isso ocorre, sobretudo, porque, como já visto, os meios de comunicação exercem uma grande influência sobre aqueles que recebem seus conteúdos. Nesse sentido, é importante para lideranças autoritárias o controle sobre a mídia por dois objetivos. O primeiro e mais óbvio seria evitar a divulgação de notícias e dados que de alguma forma comprometessem a ordem vigente. Além disso, sendo os meios comunicacionais responsáveis também por irradiar modelos de comportamento, definindo desde a moda indumentária e vocabular até os valores culturais, éticos e morais, o domínio dos mesmos é importante para que seja moldado um corpo social que atenda aos objetivos estatais. Getúlio Vargas, por exemplo, foi ainda mais longe e, em 1935, criou o programa de rádio Hora do Brasil, que passou a ser de transmissão nacional obrigatória em 1938, a fim de veicular notícias referentes ao Poder Executivo, enaltecendo o governo getulista.

Segundo essa linha de pensamento, um instrumento fundamental para exercer esse controle é a censura. É a partir dela que é definido aquilo que deve ou não chegar ao conhecimento do grande público, levando a uma proposital alienação da população.

À essa noção de censura soma-se ainda mais um uso das técnicas de comunicação. Outra característica marcante desse tipo de governo é o investimento em larga escala nas produções propagandísticas, responsáveis por disseminar adoração ao governo autoritário estabelecido.

Contudo, a associação entre mídia e Estado não traz resultados obrigatoriamente negativos. Teoricamente, empresas de comunicação financiadas pelo Estado, por não terem compromissos mercadológicos de rentabilidade, têm a possibilidade de, *se dotadas de autonomia*, difundir uma programação mais refinada e de nível intelectual mais elevado, já que não precisam se voltar a apelos populares, sensacionalismos e escandalizações para ganhar a audiência.



É o caso da *British Broadcasting Corporation* (BBC), empresa de comunicação britânica criada em 1922 e que detém 8 canais de televisão, 10 estações de rádio nacionais, 40 estações de rádio locais e portais na Internet. A corporação, que faz transmissões em 33 línguas e que é hoje considerada uma das mais respeitadas no mundo na área de comunicação, é financiada pelo Estado britânico a partir de uma taxa paga por todo domicílio inglês que possui um aparelho televisor. Sua missão, de acordo com o *website* do grupo <www.bbc.co.uk>, é a de enriquecer a vida das pessoas com programas e serviços que informem, eduquem e entretenham (“*to enrich people's lives with programmes and services that inform, educate and entertain*”). É um caso que deu certo.

No Brasil, uma tentativa similar teve início no final de 2007, com a criação da TV Brasil. O canal, que pertence à Empresa Brasileira de Comunicação, é financiado pelo governo federal e, de acordo com seu Conselho Curador, tem como princípio “cumprir sempre a regra de pluralidade de versões em sua programação, tanto no que diz respeito a programas que ela mesma produz como em relação a produtos de terceiros que decida veicular” (<www.tvbrasil.org.br>). A nova emissora tem contribuído especialmente para a divulgação do cinema brasileiro, na medida em que filmes e documentários tem grande domínio da grade. Além desses, há ainda espaços reservados para programas de entrevistas, esportivos, infantis e culturais.

Apesar da esperança de bons resultados, a TV Brasil sofreu com a demissão do ex-diretor-geral, Orlando Senna, alegando *falta de autonomia* da emissora em relação ao governo federal, o que faz de seu futuro ainda uma incógnita para os brasileiros.

5. Considerações Finais

É importante perceber, portanto, que, ao contrário do afirmado por correntes radicais, as novas tecnologias – sobretudo a televisão e as recentes mídias eletrônicas – não acabaram com a dita política “pura” de tempos passados. O que ocorre é que o surgimento de novos meios de comunicação exige um novo tipo de líder político que saiba utilizá-los.

Além disso, é notório o fato de que a mídia, ao controlar de uma forma geral a opinião pública, exerce grande poder sobre a política. No entanto, a esfera midiática não possui monopólio sobre o campo político, valendo repetir que constituem campos distintos mas que interferem um no outro.



Hoje, as novas tecnologias comunicacionais propiciaram um grande avanço para a comunicação em seus níveis regional e mundial. É, afinal, um fato que o tempo passado entre a ocorrência de um acontecimento marcante e sua divulgação nos principais centros locais e mundiais tornou-se muito curto e vem diminuindo cada vez mais.

Nesse cenário, a mídia tem, positivamente, possibilitado cada vez mais um acesso maior da sociedade aos meandros da política, fortalecendo o sistema democrático e de representação. Os cidadãos vêm ganhando uma importância ainda maior no processo político, relegando ao passado a passividade do eleitor com relação às decisões tomadas.

Assim cresceu também a força da pressão internacional sobre práticas condenáveis, como massacres étnicos e regimes autoritários perpetuados. E é justamente a mídia internacional que possui capacidade de articular essa movimentação mundial.

Em contrapartida, por sermos, diariamente, bombardeados por uma quantidade avassaladora de informações, é preciso que tomemos consciência de que os meios de comunicação não são porta-vozes imparciais do debate político, tornando-se cada vez mais imprescindível a elevação do nível educacional das sociedades de modo que os indivíduos sejam capazes de, dotados de senso crítico, pensarem por si mesmos e discernirem fatos de tendenciosidade, encurtando cada vez mais as distâncias entre o real e suas representações.

Ao mesmo tempo, é preciso ainda desmistificar a idéia de que a associação entre mídia e Estado é sempre cruel. Isso representa, na realidade, feridas mal cicatrizadas na sociedade global, causadas principalmente pelos regimes fascistas que culminaram com a Segunda Grande Guerra (1939-1945). Afinal, a relação entre governo e veículos de comunicação pode sim ser benéfica à população.

Enfim, o cerne da questão é que vivemos hoje em um mundo que possui intrínseca ligação com os meios de comunicação e suas mensagens, que influenciam desde as relações familiares até a política regional, nacional e mundial. Cabe a nós, portanto, aprender a conviver com essas implicações.

6. Referências Bibliográficas

ANDERSON, B. **Nação e Consciência Nacional**. São Paulo: Ática, 1989.



BBC HOMEPAGE. *Homepage* institucional do grupo de comunicação. Disponível em: <www.bbc.co.uk>. Acesso em: 12 abr. 2009.

LAGE, N. **A Reportagem**: Teoria e Técnica de Entrevista e Pesquisa Jornalística. São Paulo: Record, 2001.

MIGUEL, L. F. Os Meios de Comunicação e a Prática Política. **Lua Nova**: Revista de Cultura e Política, São Paulo: CEDEC, n° 55-56, p. 155 – 184, 2002.

MIKEVIS, D. Orlando Senna diz ter deixado TV Brasil por discordar da gestão. *Folha Online*. São Paulo, 17 jun. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u413423.shtml>>. Acesso em: 12 abr. 2009.

RAMOS, A. e POLISTCHUK, I. **Teorias da Comunicação**: o pensamento e a prática da Comunicação Social. São Paulo: Editora Campus, 2002.

RUBIM, A. A. C. **Comunicação e Política**. São Paulo: Hacker, 2000.

THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

TV BRASIL. *Homepage* institucional do canal de televisão. Disponível em: <www.tvbrasil.org.br>. Acesso em: 12 abr. 2009.