

Biblioteca

A forja e o funil do consenso

A síndrome da antena parabólica**Bernardo Kucinski****Editora Fundação Perseu Abramo**

A síndrome da antena parabólica – Ética no jornalismo brasileiro, lançado pela Editora Fundação Perseu Abramo (011-5714299), reúne ensaios do diretor do Departamento de Jornalismo da Escola de Comunicações e Arte da Universidade de São Paulo. A título de amostra do trabalho, publicamos trechos iniciais do capítulo "Mídia da exclusão", no qual [Bernardo Kucinski](#) demonstra como a elite da imprensa faz e controla a agenda dos grandes temas públicos a partir dos interesses da minoria que se fecha num círculo opaco para financiar, imprimir, fornecer, escrever e consumir as notícias:

Os meios de comunicação de massa substituíram as praças públicas na definição do espaço coletivo da política no mundo contemporâneo, mesmo em países como o Brasil, nos quais ainda ocupam as ruas importantes movimentos sociais e de protesto. Devido ao grau ainda elevado de analfabetismo e ao baixo poder aquisitivo da maioria da população, a percepção popular da política e da sociedade provém principalmente dos meios eletrônicos de comunicação, o rádio e a TV, e, em menor escala, da leitura de jornais e revistas, os poucos objetos de leitura popular regular.

Este ensaio prospectivo tenta examinar a especificidade do espaço público configurado pelos meios de comunicação de massa no Brasil, como caso exemplar de uma sociedade elitista e de economia dependente. Examina-se o papel de cada um desses meios na formatação desse espaço, na criação do consenso e na definição da agenda nacional de discussões, comparando-se com o que ocorre nas democracias liberais dos países centrais.

As principais conclusões são:

– A estrutura de propriedade das empresas jornalísticas no Brasil reproduz com grande fidelidade a configuração oligárquica da propriedade da terra; na gestão dos jornais predominam as práticas hedonísticas e de favoritismo típicas da cultura de mando da grande propriedade rural familiar. Enquanto na maioria das democracias liberais avançadas há um grau substancial de pluralismo ideológico na imprensa escrita, no Brasil os jornais, propriedade dessa oligarquia, compartilham uma ideologia comum, variando apenas em detalhes não significativos. Por seu caráter documental, os jornais são as bases de partida dos processos de definição da agenda de discussões e de produção do consenso.

– A TV é hegemônica na formatação do espaço público e dominada por uma empresa com forte vocação monopolística. Enquanto na maioria das democracias liberais avançadas a audiência de TV é repartida entre diversas redes, e suas programações têm de se ater ao princípio da neutralidade político-partidária, no Brasil uma rede apenas, sob o comando da TV Globo, domina a audiência e promove os candidatos de preferência das elites desde as eleições para governadores em 1982 (as primeiras após o fim do regime militar) até as três campanhas presidenciais, de 1989, 1994 e 1998. Essa rede tornou-se um centro das articulações políticas das elites dominantes e de definição dos destinos do país – uma instituinte de história.

- O rádio é o mais democrático meio de comunicação de massa no Brasil, o mais diversificado e heterogêneo. Mas a distribuição de sua propriedade tem papel decisivo na manutenção do clientelismo político e dos currais eleitorais em cidades médias e pequenas. Enquanto nas democracias liberais avançadas as concessões de rádio obedecem a critérios formais e suas programações também têm de se ater ao princípio da neutralidade político-partidária, no Brasil as licenças de rádio foram concedidas por critérios de favoritismo, ou como moeda de barganha política pelo presidente ou pelo ministro das Comunicações. As emissoras de rádio tornaram-se assim máquinas eleitorais de políticos conservadores.
- As revistas semanais de informação preenchem no Brasil uma necessidade importante de leitura, devido à sua longevidade e alcance nacional, especialmente entre as classes médias, que não compram jornais diários. Ao contrário dos jornais, possuem um universo grande e próprio de leitores distinto do universo dos protagonistas das notícias e mantêm com esse público fortes laços de lealdade. Nas funções de determinação da agenda e produção do consenso atuam como usinas de uma ideologia atribuída às classes médias, inclusive no reforço de seus preconceitos. A lealdade às classes médias fez dessas revistas as condutoras da campanha contra o presidente Collor de Mello, que confiscara suas poupanças.
- A esfera pública burguesa desempenha um papel secundário como espaço de esclarecimento e debate e como meio de informação para tomada de decisões das elites empresariais. Enquanto nas democracias liberais é principalmente por meio da mídia que os protagonistas sociais informam-se e debatem suas idéias, no Brasil a mídia desempenha um papel mais ideológico do que informativo, mais voltado à disseminação de um consenso previamente acordado entre as elites em espaços reservados, e, em menor escala, à difusão de proposições de grupos de pressão empresariais. Essa função de controle é facilitada pelo monopólio da propriedade pelas elites e por uma cultura jornalística autoritária e acrítica.
- A atuação do jornalista no Brasil é constrangida por um modo autoritário de controle da sua produção, falta de garantias à liberdade de expressão jornalística e dimensões restritas do mercado de trabalho. Enquanto nas democracias liberais a busca objetiva da informação e da verdade a serviço do interesse público se constitui na ideologia justificadora da atividade jornalística, no Brasil predominam entre os jornalistas a autocensura, a descrença na democracia e uma visão instrumentalizadora do que seja o interesse público.

© *Instituto Gutenberg*
Boletim N° 24 Série eletrônica
Janeiro-Fevereiro, 1999



[Índice](#)



igutenberg@igutenberg.com.br

