

imprensa e poder:

relação onde a derrota é do leitor

PEDRO MACIEL, professor do Departamento de Comunicação da FABICO/UFRGS e chefe do Centro de Produção de Notícias da RBSTV.

“Pode-se considerar assim esta questão: o príncipe, que tema mais as populações que os forasteiros, deve construir fortalezas; mas aquele que tema mais os forasteiros que as populações deve deixar de fazê-las.”

MAQUIAVEL

*PALAVRAS-CHAVE: Imprensa; Censura
Imprensa; Credibilidade*

As fortalezas, em regimes onde o Estado está dissociado da Nação, são quase sempre erigidas para impedir que as idéias e as discussões afluam e sejam debatidas. A principal delas, em geral, é o estabelecimento de uma rígida censura prévia aos meios de comunicação e às manifestações artísticas mais populares, como a música e a literatura. Nós, que vivemos esta triste experiência a partir dos anos 60, promovida pelo regime militar, sabemos que seu efeito é devastador tanto para a sociedade quanto para a comunicação e as artes, e, principalmente para o jornalismo. Isto é o que nos interessa discutir neste artigo.

Na mais recente experiência brasileira de censura à imprensa, que durou até 1976, os jornais e revistas censuradas não puderam sequer contar com a solidariedade pública de seus leitores; ao contrário, o que houve foi simplesmente o abandono do hábito de comprar jornais, de tal forma acentuado que as tiragens dos principais órgãos de imprensa do País nunca foram tão baixas quanto durante o período do regime militar. A culpa dessa reação, contudo, não pode ser buscada em eventuais despolitizações ou falta de consciência dos cidadãos-leitores. Ao contrário. Além da baixa generalizada de qualidade do material jornalístico oferecido neste período, estava muito claro na memória de todos que os principais jornais do País haviam contribuído significativamente para a deflagração do golpe militar. Assim, o repúdio aos jornais neste período de censura foi, antes de tudo, um gesto de consciência.

Mais significativo ainda porque com o surgimento de uma imprensa alternativa forte, apesar de sua fragilidade econômica, a sociedade deu mostras de que continuava interessada em informações corretas e honestas, o que a chamada Grande Imprensa não estava proporcionando. Houve, é claro, denúncias desta situação feitas pelos próprios jornais, como a publicação de Camões em lugar das matérias censuradas em *O Estado de São Paulo*. Mas como esquecer que a sede do tradicional jornal paulista fora um dos redutos dos conspiradores de 64? Esse relacionamento dos donos da imprensa com o poder, que tem sido uma constante na história brasileira — a começar pelo primeiro jornal impresso no País, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, criado para res-

ponder de modo oficial ao *Correio Braziliense*, que para ter liberdade precisou ser editado em Londres — tem pesado bastante no julgamento que o brasileiro faz de sua imprensa.

Foi assim em 1984, quando a revista *Veja* publicou os resultados de uma pesquisa encomendada ao Instituto Gallup e que mostrou claramente que naquela ocasião o brasileiro não confiava na sua imprensa. Feita entre 13 de janeiro e 12 de fevereiro em 20 Estados, a pesquisa ouviu 2.656 pessoas que avaliaram a atuação de 13 instituições e ramos de atividades públicas. A Imprensa ficou colocada em um modesto oitavo lugar, com nível negativo de confiança, acima apenas dos empresários, da televisão, do Governo Federal, da propaganda e dos parlamentares. Entre todos os entrevistados, 53% deles declararam acreditar muito pouco ou quase nada no que a Imprensa diz, contra apenas 40% que disseram confiar ou acreditar sempre ou na maior parte do que dizem os jornais. O nível de confiança negativo de 13% foi ainda mais preocupante porque junto com ele veio um diagnóstico bastante claro de que os órgãos de imprensa estavam longe de uma sintonia com seus leitores.

Para os entrevistados pelo Gallup a imprensa demonstrava benevolência com os políticos ligados ao Governo, com o próprio Governo e com as empresas brasileiras e multinacionais e ignorava ou atacava com rigor excessivo a polícia, os sindicatos, os políticos de oposição e os criminosos. Tratamento adequado recebiam apenas a Igreja e os bancos, na visão dos entrevistados* pelos pesquisadores do Gallup. Nunca mais foi repetida uma pesquisa com o mesmo objetivo. Mas o jornal *Folha de São Paulo* publicou, em 29 de março passado, um outro levantamento em que a posição da Imprensa melhorou bastante. Não foi uma pesquisa para medir confiabilidade, mas para ver quem tem prestígio e poder. E ela mostra que a situação da Imprensa melhorou significativamente se utilizarmos o conceito prestígio como uma espécie de indicador de confiança, embora o nível de poder continue sendo predominante.

Um total de 71% das 3.316 pessoas ouvidas pela *Folha* entre 20 e 23 de março em oito capitais disseram que a Imprensa tem muito poder, sendo superada apenas pela Presidência da República e Ministérios (72% de muito poder), pelas multinacionais (75% de muito poder) e pelas emissoras de televisão (80% de muito poder). A medida de prestígio, porém, é menor para a Imprensa, apesar de ser uma posição relativamente bem situada. A imprensa tem, para os entrevistados pela *Folha**, 67% de muito prestígio, atrás apenas das emissoras de rádio (70% de muito prestígio) e das emissoras de televisão que acumulam também a maior taxa de muito prestígio: 81%. Em Porto Alegre, a Imprensa ficou em terceiro lugar em prestígio e em primeiro em poder. Para o leitor, poder significa, quase sempre, ligações das empresas jornalísticas com o poder.

De certa forma é natural que ele pense assim, pois os próprios empresários de meios de comunicação fazem a mesma relação. Em 1967, durante um encontro social, a Condessa Pereira Carneiro, proprietária do *Jornal do Brasil*, querendo ser gentil com o marechal Costa e Silva, que presidia o País, disse a ele que seu jornal *faria críticas construtivas ao seu governo*. Direto, o marechal respondeu: *Não, minha senhora, o que eu quero é elogio mesmo*. Numa postura talvez inspirada nesse diálogo, as grandes redes de informação do País têm se preocupado em não desgostar o poder. No início da histórica Campanha das Diretas, a Rede Globo noticiou o pri-

*A pesquisa feita pelo Instituto Gallup para a Revista *Veja* ouviu igual percentual de homens e mulheres pertencentes a todos os níveis sócio-econômicos. Foram 21% das classes A e B e 79% das demais classes. 36% dos entrevistados moram nas capitais, 28% em cidades com mais de 50 mil habitantes e o restante nos centros de até 50 mil habitantes.

*A empresa Datafolha, que fez a pesquisa para o jornal *Folha de São Paulo*, buscou seus entrevistados nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Curitiba e Porto Alegre. A metodologia utilizada foi a de entrevista pessoal, com componentes de uma amostra da população estratificada por zonas geográficas, nível sócio-econômico da região, sexo e idade.

meiro grande comício da Praça da Sé, em São Paulo, como sendo parte dos festejos pela data de fundação da cidade.

Em quatro de maio passado, *O Globo*, publicou um editorial com o título: O Brasil Não Pode Pagar o Preço da Insensatez. A insensatez atacada em três colunas de alto a baixo da capa de *O Globo* era a fixação de um mandato de 4 anos para o presidente Sarney pela Constituinte. Mas essa adesão quase automática das grandes empresas de comunicação ao poder não tem dado bons resultados. Ainda em maio se registraram algumas escaramuças da imprensa com o poder — e a história brasileira mostra que nesses confrontos quem sempre sai perdendo é o leitor. E desta vez não foi diferente. Na TV Record, o Governo foi acusado de ser responsável pela retirada de ar do programa Jogo de Carta, comandado pelo jornalista Mino Carta, que para o Governo caiu no erro de entrevistar Leonel Brizola. Na TV Nacional, de Brasília, propriedade da Radiobrás, o programa vetado foi Jornal da Constituinte, onde a participação do jornalista Carlos Chagas, diretor do jornal *O Estado de São Paulo* em Brasília, era incômoda para o Governo.

Boa parte da culpa por estas relações entre empresas de comunicação e Governo está na possibilidade de distribuição de benesses com o dinheiro público, que ora se transforma em anúncios capazes de fazer com que as críticas sejam esquecidas, ora se transforma nos elogios fáceis que tanto encantavam Costa e Silva. O que os quase 300 jornais diários do País com cerca de 5 milhões de exemplares, os 700 semanários e as 900 revistas não podem esquecer é que seu maior compromisso é com o leitor e que Governo nenhum sustenta um jornal que não é procurado nas bancas, até porque quem não tem leitores não recebe anúncios, como mostra o pragmatismo capitalista. E ficar contra os leitores é a forma mais rápida de construir fortalezas e se isolar de quem realmente interessa para os meios de comunicação. Nisso, a experiência recente brasileira é rica em exemplos.

BIBLIOGRAFIA CITADA

- 1 A IMPRENSA julgada. *Veja*, São Paulo (814) 42, 11 abr. 1984.
- 2 POPULAÇÃO considera TV instituição mais poderosa do país. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 29 mar. 1987. p. 6.
- 3 MAQUIAVEL, Nicolau. *O Príncipe*. São Paulo, Círculo do Livro, , p.

a credibilidade de cada um

Nível de confiança em instituições e profissões (%)

	Pode-se confiar/ acreditar sempre ou na maior parte do que dizem	Pode-se confiar/ acreditar em muito pouco ou em nada do que dizem	Nível de confiança
Correios	83	11	+ 72
Professores	83	14	+ 69
Igreja	78	19	+ 59
Médicos	77	20	+ 57
Bancos	65	28	+ 37
Sindicatos	44	43	+ 1
Justiça	46	46	0
<i>Imprensa</i>	40	53	- 13
Empresários	30	55	- 25
Televisão	34	62	- 28
Governo Federal	28	63	- 35
Propaganda	28	67	- 39
Deputados e Senadores	16	76	- 60

Fonte: VEJA, 11 de abril de 1987

