

DECISÃO DE VOTO

Mídia e eleições na América Latina

Por *Venício A. de Lima*
OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA

Algo de muito estranho está acontecendo com os jornalistas da grande mídia no Brasil. Enquanto, por exemplo, florescem mundo afora cursos acadêmicos de graduação e pós-graduação sobre "estudos de mídia" (*media studies*), entre nós ainda se questiona arrogantemente a legitimidade de uma das mais importantes instituições do mundo moderno – a mídia – "ser tratada como um bloco".

(...) Essa explicação preliminar sobre a existência da mídia (!!!) vem a propósito de um livro que acaba de ser lançado pelo C3 – Centro de Competencia en Comunicación, uma unidade regional de análise da comunicação para América Latina da Fundação Friedrich Ebert (FES), com sede em Bogotá, Colômbia.

Efetividade perdida

A FES é uma instituição que "baseia seus programas no ideário da social-democracia alemã e européia e mantém escritórios em mais de 70 países do mundo, sempre com a finalidade de cooperar na consolidação e no desenvolvimento de regimes democráticos e participativos" e está no Brasil há mais de 30 anos.

O livro, cujo título é *Se nos rompió el amor – Elecciones y medios de comunicación, América Latina 2006*, reúne 12 estudos de 15 especialistas, 11 deles sobre o papel da mídia nas eleições presidenciais realizadas em 11 países da América Latina, entre novembro de 2005 e dezembro de 2006. O décimo segundo estudo trata das eleições municipais e parlamentares realizadas em El Salvador.

(...) A tese principal do livro, simplificada, é de que o ano de 2006 passará para a história das relações entre a mídia e as campanhas eleitorais na América Latina como aquele em que os candidatos "romperam seu amor pela mídia" e preferiram a comunicação direta com a cidadania. Neste processo, a mídia perdeu seu protagonismo e converteu-se em polêmico ator político. O resultado foi que nasceu um "novo amor" entre candidatos/governantes e as populações, um amor sem mediadores, que converteu a mídia na "vilã" da vida política.

Os estudos chegam a várias conclusões, dentre elas, que a mídia se converteu em...

** ator que tomou posição política e abdicou de sua responsabilidade "iluminadora" nos processos eleitorais; e

** observadora interessada e intencionada abdicando de seu papel central de ser fórum da democracia.

Como consequência, em pelo menos 6 dos 11 processos eleitorais estudados – Bolívia, Chile, Brasil, Nicarágua, Equador e Venezuela –, a mídia perdeu efetividade na decisão de voto tomada pela maioria dos votantes já que não logrou converter seu desejo em decisões eleitorais. Nas outras cinco eleições – México, Peru, Costa Rica, Colômbia e Honduras – apesar de os candidatos apoiados pela mídia terem vencido as eleições, a mídia perdeu credibilidade e legitimidade.

Questões e constatações

(...) Apesar de tudo, conclui-se também que a mídia continua sendo o cenário privilegiado onde as campanhas eleitorais se desenrolam; que o cidadão dificilmente pode decidir seu voto com base na informação, na análise e na opinião difundidas pela mídia; e que a mídia se converteu em parte do conjunto de instituições que é necessário mudar, da mesma forma que é necessário mudar as velhas práticas políticas, os partidos e a corrupção.

(...) Sem ignorar que as conclusões dos estudos publicados em *Se nos rompió el amor – Elecciones y medios de comunicación, América Latina 2006* serão rejeitadas pela grande mídia brasileira – que, aliás, sequer admite a sua existência como instituição coletiva – é reconfortante saber que questões e constatações que se fazem aqui coincidem com questões e constatações que também se fazem em outros países.

As relações da mídia com a democracia entraram definitivamente na agenda pública de discussão. E não somente no Brasil.

O livro citado está disponível em: <http://www.c3fes.net/docs/rompioelamor.pdf>