

POSIÇÕES DESIGUAIS, TRATAMENTO DESIGUAL

Sérgio Dayrell Porto
Especial para o Correio

A mídia, ela própria, se encarregou de responder ao candidato Lula sobre sua denúncia feita ao Tribunal Superior Eleitoral de que vem recebendo tratamento desigual dos meios de comunicação de massa em sua campanha à Presidência da República, quando comparado à cobertura recebida pelo candidato-presidente. Alguns jornais, principalmente alguns de seus colaboradores, estão de acordo com a denúncia. Outros pensam o contrário, havendo até certa tendência em rechaçar a queixa. O campo midiático não se constituindo em região fechada e estabilizada, marcado mesmo pelas diferenças, pelas contradições e por um contínuo dinamismo, no qual prevalece a pluralidade de sentidos, afasta a idéia errônea de que a mídia tem posição fechada sobre determinados assuntos.

Podem existir alguns tabus, como o tema da liberdade de imprensa, mesmo assim estão sendo redimensionados por pensamentos mais sofisticados. Melhor diria que não existe a mídia, existem as mídias com diversas posições diferenciais. O termo é neutro plural em sua origem latina, do singular medium. O tratamento a temas controversos é diferenciado, a mídia é feita de vários senhores, instituições, autores, receptores e veículos. Corporações midiáticas podem existir, sem no entanto afetar as partes de um possível todo.

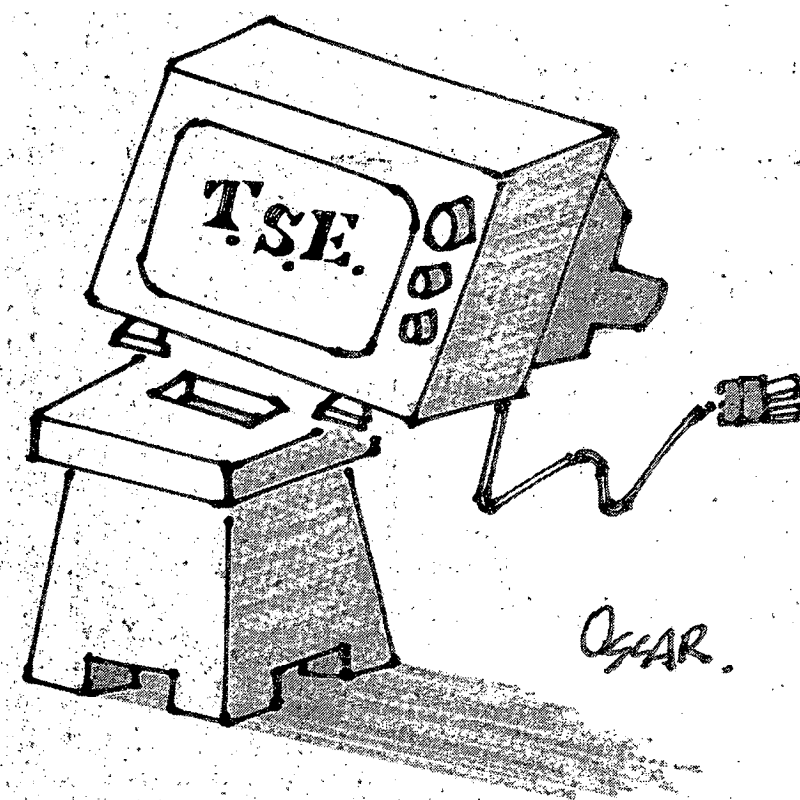
A *Folha de S. Paulo*, na edição de 18 de agosto, página 6, caderno *Eleições*, sob o título "Tribunal é cauteloso", diz: "Difícilmente os ministros do TSE acolherão a queixa do PT (...) Fernando Neves, um dos três ministros auxiliares que dão primeira decisão em representações por suposta violação da Lei Eleitoral, afirma que 'o respeito ao princípio de igualdade consiste exatamente em tratar os desiguais de modo desigual'". Sobre o mesmo acontecimento diz Jânio de Freitas, em maté-

ria assinada "Tudo em Ordem", na mesma *Folha de S. Paulo*, do mesmo dia, página 9 do caderno *Brasil*: "A reclamação prescinde dos motivos que todos conhecem e ao que todos vêm, todos os dias" (...). Em uma só rede, por exemplo, o tempo dedicado a Fernando Henrique em uma só semana equivaleu a um jornal das oito inteiro só para a sua candidatura. Os outros candidatos, somados, tiveram dez minutos. E daí? Haveria alguém que não soubesse que seria assim? A lei eleitoral não foi montada pelos governistas e aprovada por eles próprios senão para permitir o que está acontecendo". Jânio mantém a sua tradicional postura crítica, no entanto cede à realidade dos fatos.

AUTORITARISMO

O colunista Luiz Fernando Veríssimo, sob o título "Parcialidade" em sua coluna do dia 18, diz: "A imprensa, claro, nunca é totalmente imparcial nem deve ser (...) Parcialidade não quer dizer desonestidade. No caso da opinião assinada, principalmente, a de cronistas de um pouco de tudo, os parâmetros são mais soltos. Aí o subjetivismo é uma obrigação e a imparcialidade não tem graça. A grande imprensa brasileira até tem se saído bem nesta tensão entre bem informar e bem ostentar sua parcialidade". Veríssimo desnuda o mito da imparcialidade da mídia, a partir de uma questão não evidente, os lugares não sendo estabilizados, onde há um visível confronto de sentidos.

Dora Kramer, em sua coluna *Costas de Política*, no *Jornal do Brasil* de terça-feira última, sob o título "Um toque de autoritarismo", diz: "Não cabe a nenhum veículo de comunicação — todos de administração privada — discutir com o PT seus critérios internos de avaliação jornalística, que são externamente postos à prova no dia-a-dia. O resultado deles é o produto que apresentam ao público que os julga conferindo a cada um maiores ou menores índices de audiência ou leitura. Quem informa



mais e melhor cumpre o seu dever e tem como recompensa o interesse da sociedade". Kramer rebate com veemência a denúncia de Lula. Entre a aproximação da idéia e seu afastamento, a colunista não deseja um mínimo instante de convivência.

O *Correio Braziliense* de 18 do corrente, em matéria assinada por Gerson Camarotti na página 7 do caderno *Eleições* intitulada "Um fato político", diz: "O candidato à Presidência da República Luiz Inácio Lula da Silva cometeu uma incoerência, ontem, ao afirmar que esse pleito estava se transformando num processo eleitoral ilegítimo. Na entrevista, fez questão de esclarecer que, mesmo assim, continuará na disputa. E ainda brincou: 'Querem que eu saia da disputa para facilitar ainda mais a vida de Fernando Henrique'. A partir do momento em que resolveu permanecer na disputa, mesmo com todas as desigualdades de tratamento da mídia em relação aos candidatos a Pre-

sidência da República, como ele afirma existir, Lula acaba legitimando o processo... Ao marcar uma audiência com o presidente do TSE, Lula criou um fato político. E com isso, acabou aparecendo na mídia. É assim que funciona o processo eleitoral. Evidente que Lula sabia que, ao disputar um pleito com direito à reeleição do atual presidente, iriam acontecer fatos dessa natureza". O *Correio* discorda do candidato das esquerdas, mas o incentiva a participar da luta política, capaz de criar fatos políticos. Comparativamente com outros jornais, abre manchete de primeira página à questão: "Lula reclama dos meios de comunicação".

MÁQUINA

Nelson de Sá da *Folha de S. Paulo*, em 18 de agosto, comenta na página 4 sob o título "Não tem jeito", citando a cobertura da TV Record: "Fernando Henrique aparece mesmo mais do que Lula, entre reportagens

positivas e até críticas, porque é presidente. Vai ser sempre assim, com reeleição. Se o presidente toma uma medida administrativa, cria um fato e a imprensa precisa cobrir o fato mesmo. E não tem jeito". O colunista da *Folha* mostra que há mesmo um ponto de atracagem e convergência sobre o tema, lugar próprio de formações ideológicas às quais a mídia se prende, como qualquer outra instituição. Existindo tendências e ideologias, não quer dizer que a mídia seja uma e imutável.

O que estamos assistindo, e tudo isso passa necessariamente pelo palco da mídia, encarregada de publicar os fatos de uma eleição presidencial, é a um encontro sob tensão de diversos discursos e interesses: o midiático, o político, o eleitoral, o legal, o moral, o democrático, o cultural, o social, e o partidário. Os espaços começam a ser ocupados em busca da produção de sentidos que possa fazer dos atuais candidatos inscritos vencedores e vencidos nas eleições que se avizinham. O campo midiático, tal e qual uma esfera pública, acolhe toda a proliferação de valores, e os atores nele envolvidos é que serão os responsáveis pelos atos e práticas políticos aí exercidos. Na verdade, estamos diante de um grande painel feito de descontinuidade, cabendo a cada um de nós, seres políticos, montar os nossos símbolos e as nossas alegorias. Como qualquer texto que se monta dia-a-dia, a mídia pode ser também uma máquina preguiçosa, cabendo a seus veículos e instituições dar-lhe a dinâmica necessária. Tanto Lula quanto FHC chegam a esse tecido midiático estampando e desenhando a história que até então construíram. E numa disputa eleitoral da importância de um pleito presidencial, com mais razão ainda existirão estratégias e guerras acirradas em busca de um pedaço das hegemonias e dos votos consagradores.

■ Professor Titular da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília