

Metamorfoses do governo representativo (2)

Homero de Oliveira Costa

Jornal de Hoje Março de 2008

Neste artigo, examinaremos as principais características do que Bernard Manin chama de “democracia de público”, a forma atual de governo representativo.

A primeira mudança substancial em relação à forma de governo representativo anterior, a “democracia de partidos”, que prevaleceu durante grande parte do século XX, é que as preferências políticas variam de uma eleição para outra, i. e., há uma crescente volatilidade eleitoral, não havendo mais, portanto, na “democracia de público” a predominância das legendas partidárias.

O segundo aspecto diz respeito à personalização da escolha eleitoral: cada vez mais as pessoas tendem a votar não só de modo diferente, como cada vez mais em pessoas e não num partido. Comenta Manin: “Esse fenômeno assinala um afastamento do que se considerava como comportamento normal dos eleitores em uma democracia representativa, sugerindo uma crise de representação política”.

Essa nova situação, diz Manin, tem duas causas: em primeiro lugar, os canais de comunicação política afetam a natureza da relação de representação: os candidatos passam a se comunicar com os eleitores diretamente, através do rádio e da televisão, em especial, e não mais através dos partidos políticos. Há, nesse processo, uma crescente personalização dos candidatos.

Mas isso não significa, para Manin, o abandono dos princípios do governo representativo. Para ele o que há é uma mudança do tipo de elite selecionada: uma nova elite está tomando o lugar dos ativistas e líderes de partidos. E, nesse sentido, o papel do comunicador é fundamental. Manin chega a afirmar que a “democracia de público” é o “reinado do comunicador”.

Até aí, no plano mais geral, creio que o autor traz uma excelente contribuição.

O que me parece mais problemático é quanto ao papel dos meios de comunicação. Para o ele, “os canais de comunicação com a opinião pública são politicamente neutros, isto é, não têm uma base partidária”.

Se, por um lado, é verdade que há, especialmente no caso da Europa, um declínio da imprensa partidária enquanto tal, no sentido de que nos meios de comunicação eram apenas extensão dos interesses dos partidos, a meu juízo, essa pretensa neutralidade não é verdadeira, nem para a Europa, nem, muito menos, para o Brasil. São vários estudos que fundamentam essa afirmativa. Daremos alguns exemplos, uma vez que o espaço disponível não comporta uma discussão mais extensa que o tema requer.

Nos Estados Unidos, entre muitos estudiosos da mídia, podemos citar Noam Chomsky que, através de inúmeros livros tem mostrado como a mídia nos Estados Unidos nada tem de neutra.

Outro estudioso da mídia nos EUA é Ben H. Bagdikian. No início dos anos 1990, publicou um livro intitulado “O Monopólio da mídia” (Escritta Editorial, 1990), mostrando que, já naquele momento, havia uma crescente concentração da mídia por parte das grandes corporações (tanto no caso de notícias, como nos programas de entretenimento, jornais, livros, etc.) que expressa, no fundamental, os interesses dessas grandes empresas.

Evidentemente que esse fenômeno exerce influência decisiva nos processos eleitorais. Entre outros aspectos, o autor, analisando a campanha eleitoral nos EUA, diz: “Hoje em dia eleger-se presidente pode custar um quarto de bilhão de dólares e vários milhões para tornar-se senador ou deputado federal. Não é de surpreender, portanto, que o papel desempenhado pelos grupos ricos, defensores de interesses especiais, tenham-se destacado dramaticamente nas campanhas” (p.230). Como é possível falar, nesse contexto, de “neutralidade”?

Outra referência importante para esse debate é o livro de Serge Halimi, intitulado *Os novos cães de guarda* (Vozes, 1998). Nele, o autor analisa os meios de comunicação na França e mostra como o que existe na verdade é, tanto em relação à imprensa escrita quanto na audiovisual a predominância do

que ele chama de jornalismo de reverência, por uma mídia controlada por grupos industriais e financeiros, e, assim, caracterizado por uma extensa rede de convivência. Nesse processo, há um pequeno grupo de jornalistas e intelectuais, qualificados de “corretores da ordem” que atuam como “cães de guarda” do sistema econômico e com a adesão entusiasmada ao Pensamento Único. Uma demonstração evidente de que não há neutralidade alguma foi a eleição recente de Nicolas Sarkozy para a Presidência: contou com o apoio maciço da imprensa conservadora.

No caso do Brasil, é só analisar com se comporta a chamada grande mídia nos processos eleitorais, um país onde temos uma mídia cada vez mais concentrada e que desempenha importante papel nas eleições. Neutra? Evidentemente que não.

Homero Costa é professor do Departamento de Ciências Sociais da UFRN
http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/homero_costa/index.html



www.dhnet.org.br