

---

## **Mídia, Democracia e Novos Fluxos Comunicacionais no Brasil<sup>1</sup>**

Priscilla Pereira da COSTA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

### **RESUMO**

O artigo reflete, de forma breve, sobre a mídia brasileira, sua centralidade e sua relação tênue com a democracia e a política. Destaca-se a concentração midiática como uma ameaça à democracia. A formação histórica tem peso central e determinante no ambiente de comunicação do país, portanto, temos uma relação intrínseca da mídia com nosso regime democrático, evidenciadas em vários acontecimentos históricos. A mídia tradicional assume centralidade mesmo diante dos novos fluxos de comunicação propiciados no ambiente virtual. Conclui-se pela necessidade de democratizar mais o ambiente de comunicação para além da formalidade dos princípios e direitos constitutivos da democracia moderna que estão garantidos na Constituição Federal de 1988, sem desconsiderar todas as redes de produção de sentidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** mídia tradicional; democracia; novos fluxos comunicacionais.

### **1 Introdução**

O texto a seguir é uma breve reflexão sobre o a mídia brasileira, seu peso central na democracia e sua posição diante dos novos fluxos de comunicação. No primeiro momento, destacamos o panorama midiático, onde a concentração causa prejuízos à democracia. Logo, apresentamos algumas imagens históricas que demonstram a relação tênue entre a mídia e a política no país, com envolvimento nas principais decisões do país. Em seguida, pontuamos a centralidade da mídia tradicional diante dos novos fluxos de comunicação advindos do ambiente virtual. Por fim, destacamos a necessidade de avançar além do formal, para democratizar mais o ambiente da comunicação, para uma democracia de melhor qualidade, considerando que todas as redes de produção de sentido são complexas. A pesquisa bibliográfica norteou a discussão.

### **2 Uma Mídia Concentrada, Uma Democracia Prejudicada**

A radiodifusão brasileira, de sons e imagens, se desenvolve desde 1912 com o rádio e 1960 com a TV. É predominantemente um sistema de radiodifusão privada, com concessão pública, que tem larga escala de desenvolvimento comparado a outros sistemas, como o público e o estatal, ambos previstos no princípio da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, no XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Comunicadora Social – Relações Públicas e Mestra em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão, email: piticacosta@hotmail.com

complementaridade disposto na Constituição Federal de 1988. Este panorama midiático, no texto denominado de mídia tradicional (rádio, TV e impressos), com transmissoras e retransmissoras, que opera diante de uma legislação fragmentada é altamente concentrado e monopolizado por poucas famílias.

A concentração avança para outros veículos de comunicação como jornais e revistas e mais recentemente para o ambiente virtual. De fato, os grupos controladores que concentram a mídia tradicional, são os mesmos, do rádio à TV, passando pelos jornais até portais na internet. No Brasil, na mídia<sup>3</sup> impressa e eletrônica é comum os controladores se confundirem.

Lima (2011) afirma que o Estado Brasileiro, como fiscalizador, nunca se preocupou com a propriedade dos meios de comunicação e nem com formas de regular a concentração:

Uma das consequências dessa omissão reguladora é que nossa mídia privada comercial foi sempre oligopolizada, exatamente porque se formou com base na ausência de restrições legais à propriedade cruzada dos diferentes meios (LIMA, 2011, p. 29).

Além disso, o sistema midiático brasileiro esteve e é controlado por grupos familiares, que são os mesmos grupos oligárquicos da política regional e local, de deputados, de senadores, de governadores, entre outros, até mesmo de ex-políticos. Estudiosos denominam esse fenômeno de coronelismo eletrônico<sup>4</sup>, similar à prática política do coronelismo, presente na fisiologia da formação sócio-político-econômica brasileira.

A presença das oligarquias políticas e familiares no campo midiático praticamente dividiu o Brasil em domínios específicos. O panorama da concentração no Brasil mantém inalterado o histórico domínio do setor por uns poucos grupos familiares e pelas políticas locais e/ou regionais. Soma-se a esse cenário a posição hegemônica ocupada por um único grupo nacional, o Grupo Globo, e mais um novo poderoso ator, as igrejas evangélicas.

Segundo Lima (2004), os grupos familiares ainda controlam a TV, o rádio e a mídia impressa no Brasil, sendo que existem oito grupos principais do setor da radiodifusão: em âmbito nacional, família Marinho (Grupo Globo), família Saad

<sup>3</sup> A palavra mídia adotada no texto é equivalente à expressão meios de comunicação. Comunicação eletrônica equivale à comunicação de rádio e TV.

<sup>4</sup> Fenômeno bastante particular, alvo de controvérsias no campo da comunicação, no qual a posse e utilização política de estações de rádio e de televisão por grupos familiares das elites políticas locais ou regionais é sua base. Mais informações também em Cultura do silêncio e democracia no Brasil: ensaios em defesa da liberdade de expressão (1980-2015) de Venício A. de Lima.

(Bandeirantes) e família Abravanel (SBT); em âmbito regional, família Sirotsky (RBS), família Daou (TV Amazonas), família Jereissati (TV Verdes Mares), família Zahran (Mato Grosso e Mato Grosso do Sul) e família Câmara (TV Anhangüera). Entre os grupos familiares, apenas Saad e Abravanel não são afiliados ao Grupo Globo.

Acrescidos a aqueles, destacam-se também outros cinco grupos familiares que controlam a comunicação no país: Civita (Abril), Mesquita (Grupo OESP – Grupo Estado), Frias (Grupo Folha), Martinez (CNT) e Levy (Gazeta Mercantil). (LIMA, 2004)

A concentração na TV aberta e no rádio é vertical, uma vez que um único grupo controla os vários aspectos, desde a produção, a veiculação, a comercialização e a distribuição, e a propriedade é cruzada; o mesmo grupo detém várias mídias do setor das comunicações. De TVs abertas a jornais impressos, a portais na internet, a rádios, a revistas, a TVs a cabo até a telefonia.

Além disso, o monopólio também se estabelece no formato de cruz,

Trata-se da reprodução, em nível local e regional, dos oligopólios da ‘propriedade cruzada’, constituindo o que se chamou ‘monopólio em cruz’. Verificou-se que, na grande maioria dos estados da Federação, os sistemas regionais de comunicações são constituídos por dois ‘braços’ principais, geralmente ligados às Organizações Globo. (LIMA, 2004, p. 102)

A partir da década de 1990, além da presença de grupos familiares vinculados a elites políticas locais e/ou regionais, soma-se a presença de igrejas evangélicas no setor como possuidoras de veículos de comunicação. Dessa maneira, esses grupos reproduzem e amplificam ideias, concepções e valores para milhões de brasileiros. São esses grupos interligados em formato de redes que são base de um sistema de poder econômico e político que se ramifica por todo o Brasil.

Nas democracias modernas liberais, um indicador fundamental para o debate público é um ambiente de comunicação com pluralidade, tanto política como social, e com diversidade. Democracias modernas tem como princípios a garantia de direitos e são regimes onde deveriam existir espaços para ideias divergentes. Para um ambiente democrático é necessário cidadãos devidamente informados e deliberantes e capazes de participar das tomadas de decisões sobre os assuntos públicos. Nesse sentido, a diversidade informativa e a pluralidade de vozes em espaços de opinião são necessários, portanto, ambientes com alta concentração midiática e pouca pluralidade terão

---

consequentemente uma baixa qualidade da sua democracia, o que é muito similar ao cenário brasileiro.

É a partir do marco temporal da Nova República (Governo Sarney até os dias atuais), balizada pela Constituição Federal de 1988, que formalmente nos abrimos para a perspectiva democrática liberal. Assim, a carta magna nos remete a um ambiente democrático pautado nos princípios da democracia representativa e participativa e traz a participação social como elemento chave para a garantia de direitos humanos, sendo um deles a comunicação.

Bobbio (1986) evidencia o que caracteriza uma democracia liberal ao enumerar alguns de seus princípios essenciais: 1) sufrágio igual e universal, que dará oportunidade de muitos decidirem; 2) direitos civis que garantam a livre expressão de opinião e organização de correntes de opinião, associação, reunião entre outros; 3) decisões tomadas por uma maioria numérica; 4) garantias dos direitos das minorias contra os abusos da maioria.

Esses princípios são reafirmados na Constituição Federal de 1988, mas na prática são muito limitados. Assim, em referência aos direitos civis, como a livre expressão de opinião, organização de correntes de opinião, livre manifestação de pensamento e o direito à informação são prejudicados pelos monopólios e oligopólios de comunicação do país, que operam na lógica do capital e na defesa dos seus interesses de mercado silenciando outras vozes e discursos dissonantes.

A ideia de pluralidade não funciona plenamente, existe um limite na reprodução equilibrada de vozes e interesses ao compor as narrativas bem evidente conforme aponta Biroli e Miguel (2017, p. 10) “Diferentes vozes devem estar representadas, mas vozes consideradas dissidentes ou desviantes de um consenso básico não precisam ser levadas em conta.” E prossegue com a controvérsia na comunicação,

Ao mesmo tempo, se ser plural é espelhar as posições no campo político tal qual ele se conforma em um dado momento, outras posições, que têm importância na sociedade, mas dificuldade de chegar às instituições políticas, podem ficar de fora. O debate público que ocorre nos meios de comunicação permanecerá fechado a elas. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 11)

Mesmo a ideia de pluralidade na comunicação não põe em discussão a existência das hierarquias no campo, no máximo, avança para um ambiente mais democrático (que no nosso caso ainda está distante), mais objetivo, com mais qualidade de democracia, em resumo, potencialmente mais democrático, mas a divisão entre quem produz e quem

consome informação, quem vende e quem compra, na lógica do mercado, permanece inalterada. E mesmo a presenças de visões antagônicas na mídia,

assim como a existência de espaços alternativos de produção e difusão de informações – como veículos locais; jornais, rádios e TVs comunitárias; blogs e outros espaços e recursos permitidos pela internet; publicações de igrejas, instituições educativas e ONGs-, que podem ser utilizados por grupos sociais marginalizados, não significa que exista capacidade igual de influencia sobre a agenda mais abrangente ou a agenda de outros públicos. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 45)

Talvez, um caminho para essa problemática seria a objetividade que, contudo não iria superar os problemas, como por exemplo, o da concentração, mas levaria a um alargamento do pensamento e o melhor entendimento das demandas por justiça e uma compreensão mais objetiva de cada posição e das relações entre elas. Ou seja, incluir posições sociais diversas e não somente as posições de grupos hegemônicos que automaticamente silenciam outras perspectivas, conforme passagem reafirmada pelos autores,

Por isso, é importante observar que, para a produção de um ambiente de informação democrático, a pluralidade necessária não é apenas a pluralidade de proprietários da mídia (a fórmula liberal da concorrência), nem mesmo somente a pluralidade de formas de financiamento – que tende a aceitar que um jornalismo liberado das pressões do mercado seria portador dos ‘verdadeiros’ valores da ética profissional. A pluralidade necessária é a pluralidade de vozes sociais, que ainda precisa ser construída no espaço público. É preciso que os diferentes grupos sociais tenham possibilidade de produzir informações a partir de suas próprias perspectivas, o que implica no descentramento do padrão de profissionalismo jornalístico e dos padrões de hierarquização da expressão – sobretudo dos discursos políticos. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 16)

Esse cenário midiático brasileiro concentrado, onde a pluralidade e diversidade são cada vez mais diminuídas diante do mercado, desemboca numa experiência democrática de baixa qualidade. A formação histórica da nossa democracia representativa burguesa tem peso determinante na composição do cenário midiático e das relações dos veículos de comunicação nos rumos do país.

Existe uma ligação tênue entre a política e comunicação, tanto que os grupos midiáticos tradicionais assumem a centralidade no debate público e nos rumos do país nas principais decisões históricas, entre elas, eleições, golpes de estado entre outros.

Na crise política atual, a relação dos grupos midiáticos tradicionais ficou bem evidente. Praticamente as mesmas oligarquias políticas e familiares com alianças com outros grupos continuam influenciando e participando de decisões importantes, como

por exemplo, o episódio histórico mais recente: o impedimento da presidenta Dilma Rousseff em 2016. Lopes (2016) aponta que na operacionalização de discursos e narrativas com o objetivo de criar uma opinião pública favorável, por meio de editoriais, colunas de opinião, entrevistas especializadas e narrativas televisivas novelescas, estavam os grupos midiáticos: Grupo Globo- família Marinho, Grupo Abril/Veja – família Civita, Grupo Folha – família Frias, Grupo Estado – família Mesquita somadas a outras como Bandeirantes – família Saad, regionais como RBS (do sul) – família Sirotsky. Praticamente os mesmos grupos que dominam a comunicação no país.

Na verdade, a mídia assume um impacto social inegável nos conflitos políticos mais acentuados, assumindo uma centralidade na sociedade que é apoiada em quatro pilares, conforme afirma Guareschi (2013): 1) construtora de realidades, ou seja, aquilo que se mostra visível no nosso cotidiano é o real; 2) dá uma conotação valorativa à realidade existente, socializando as coisas por ela veiculadas como boas e verdadeiras; 3) pauta a discussão de temas e assuntos discutidos no âmbito social (trabalho, escola, família etc); 4) seres humanos são seres sociais, ou seja, constituídos de relações que se estabelecem no decorrer da vida; na contemporaneidade, a presença da mídia no cotidiano é contínua e implica na construção da nossa subjetividade.

A difusão de conteúdos simbólicos nas democracias modernas é potencializada pela mídia, que assume um papel de construtora da realidade social, podendo ocultar ou não realidades de determinadas sociedades e influenciar opiniões e construção de “verdades”. Ou seja, o que não foi veiculado na TV ou rádio ou publicado na internet não existe ou só passa a existir se for veiculado nesses meios. Além disso, caso a mídia (quem a controla) decida que algo não deve ser discutido e, conseqüentemente, veiculado, o poder de exclusão de algum tema ou assunto se mostra tendencioso, podendo impossibilitar o conhecimento de muitos indivíduos sobre algo.

Para Biroli e Miguel (2017, p. 40), “os meios de comunicação são centrais às disputas pela produção das representações legítimas do mundo social”, ou seja, há narrativas, discursos diversos e conflitos, complementares ou não, que estão em disputa por hegemonia. A mídia é uma mediação onde

a construção de discursos hegemônicos se dá em um ambiente de disputas. A criação de consensos só se coloca como um problema político porque há interesses divergentes e que ganham expressões políticas divergentes. O poder de agenda da mídia, a concentração da propriedade de mídia e a prevalência de perspectivas e interesses

específicos no discurso midiático não esgotam o âmbito em que as disputas simbólicas se travam. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 40)

Então, diante de uma centralidade e de funções bem delineadas, como construtoras de realidades, as assimetrias no sistema de comunicação do país são ainda mais favorecidas na correlação de forças, pois as poucas famílias que controlam tudo que se vê, ouve e se fala confundem-se com políticos congressistas. As visões únicas desses grupos são dispostas nos noticiários, nos portais na internet, no rádio, nos impressos, apontando para um exercício desigual de influência na democracia.

Essa mídia tradicional tem peso, recursos e poder de lobby para fazer valer seus interesses privados colocando outras perspectivas midiáticas alternativas ou críticas numa posição marginal ou fragilizada. Contudo, isso não quer dizer que as ideias divergentes por mais marginalizadas ou de menor visibilidade e legitimidade deixem de existir, elas coexistem e não são apagadas, portanto

os meios de comunicação estão no centro dessas disputas porque são recursos (desigualmente distribuídos, como disse anteriormente) para a construção de consensos, a acomodação dos conflitos, a reprodução da dominação, mas também para a promoção de discursos antagônicos ou marginais. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 42)

### **3 Uma Relação Histórica: Mídia, Democracia e Política**

O caráter e a postura da comunicação no cenário brasileiro no cruzamento com a elite vêm de berço. Logo, o lançamento da primeira publicação impressa no Brasil, em 1808, ano da vinda da Coroa Portuguesa ao Brasil, não é coincidência, já que, com a transferência da família real e consequente estabelecimento de estruturas de poder mais atentas ao território brasileiro, fez-se necessário um instrumento de legitimação do poder das elites: os veículos de comunicação.

Além disso, o próprio desenvolvimento da democracia no país e a formação sociocultural têm particularidades que refletem na organização da comunicação e da grande mídia, bem como nos projetos alternativos de comunicação, na distribuição das concessões, da pluralidade e diversidade de conteúdo entre outros. Dessa maneira, no processo de desenvolvimento democrático brasileiro, a comunicação e os veículos estiveram envolvidos não raras vezes nas decisões fundamentais da sociedade, a portas fechadas com a presença de governantes e dos proprietários dos veículos de comunicação, tolhendo manifestações populares e elaborando narrativas próprias para influenciar a opinião pública.

Em referência a ligação dos veículos de comunicação à política brasileira, várias pesquisas se debruçam sobre a participação dos grupos de mídia no Golpe de 1964 e

nelas destacam-se como os jornais e impressos apoiaram o regime militar na época. O apoio midiático era perceptível pela invisibilidade da situação do país nas matérias e editoriais jornalísticos e até mesmo em matérias de apoio declarado ao regime militar. Lopes (2016) mostra que em 1964, as famílias Marinho (Grupo Globo) e Mesquita (O Estado de São Paulo) participaram para a derrubada do governo de João Goulart<sup>5</sup>. A participação do Grupo Globo no apoio a ditadura civil-militar de 1964 foi admitida posteriormente no Jornal O Globo em 2013.

Juremir da Silva vai além e denomina o período de 1964 como Golpe Midiático-Civil-Militar, desvelando a imprensa no suporte da preparação do golpe por meio da desqualificação diária nos veículos de comunicação do governo do presidente João Goulart. Tudo em defesa da democracia e da ordem constitucional do país. Para Silva (2016, p. 11): “A mídia foi o intelectual orgânico do empresariado da modernização conservadora brasileira em luta contra o nacionalismo trabalhista que rotulou, para desqualificar, de populista e demagógico.”

Às vésperas de 1964, o presidente João Goulart, Jango, propunha reformas de base (como por exemplo, a agrária) com o aprofundamento do projeto nacional-desenvolvimentista e incomodou a oligarquia. Os grupos jornalísticos começaram o bombardeamento, caracterizando as reformas nas matérias como antimodernas e populistas.

No contexto da Guerra Fria, o comunismo era propagado no imaginário da sociedade brasileira como uma ameaça, sendo difundido dessa forma pelos principais jornais, assustando a população e gerando um clima favorável à instalação da ditadura no país. Jornais como Folha de São Paulo, Jornal do Brasil, O Estado de São Paulo, O Globo, Tribuna de Imprensa, Estado de Minas legitimaram a derrubada do presidente, incentivando e julgando e, por meio de editoriais diários, apoiando a instalação de uma ditadura militar e a deposição de João Goulart.

O Globo destacava em dois de abril de 1964 que

Fugiu Goulart e a democracia está sendo restaurada (...) Atendendo aos anseios nacionais de paz, tranquilidade e progresso (...) as Forças Armadas chamaram a si a tarefa de restaurar a Nação na integridade de seus direitos, livrando-a do amargo fim que lhe estava reservado pelos vermelhos que haviam envolvido o Executivo Federal. (SILVA, 2016, p. 11).

---

<sup>5</sup> Fora eleito em 1960 como vice-presidente de Jânio Quadros. Em 1961 Jânio Quadros renunciou



Em outro momento histórico mais recente, na década de 1990, mais uma vez é evidenciada a capacidade midiática de influência política, no caso, no resultado eleitoral: na eleição emblemática de Fernando Collor de Mello<sup>6</sup> os meios de comunicação (a mídia tradicional) país desempenharam um papel fundamental. Uma imagem clássica desse recorte temporal foi o personagem “caçador de marajás” difundido amplamente pelos principais veículos de comunicação do país, merecendo duas capas numa das revistas semanais de maior tiragem do Brasil, a Revista Veja.

Mais um momento, já no final da década de 1990, demonstra a marcante influência midiática novamente nos processos eleitorais do país, os candidatos mais atraentes são ratificados pela mídia, o que reafirma a sua centralidade no processo eleitoral. Biroli e Miguel destacam,

Em 1998, o relativo silêncio da mídia sobre a campanha correspondia à estratégia para a reeleição de seu candidato preferido, novamente Fernando Henrique. Mesmo em 2001, a vitória de Lula foi combinada com sua capitulação ao programa macroeconômico que antes combatia – e os meios desempenharam um papel crucial na imposição deste “consenso”. Mas em 2006 os estudiosos de mídia e política se viram jogados num doloroso universo paralelo, em que os eleitores votavam num candidato que não era o apoiado pelos grandes conglomerados de comunicação. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 25)

Outra imagem, mais recente e mais fresca na memória e na história brasileira, nos remete novamente a centralidade midiática e o poder dos grupos familiares que controlam tudo que se vê, ouve e se lê no país,

Desde a publicação da entrevista do deputado Roberto Jefferson ao jornal Folha de S. Paulo, em 6 de junho de 2005, até o primeiro turno das eleições presidenciais, foram 16 meses ininterruptos de cobertura negativa do governo Lula, focada no escândalo do ‘mensalão’ e em seus desdobramentos. No entanto, Lula obteve 48,6% dos votos válidos no primeiro turno, 60,8% no segundo, reelegendo-se à Presidência da República. Quatro anos depois, a história se repetiria com Dilma Rousseff, que, com 46,9% dos votos válidos no primeiro turno e 56,1% no segundo, foi eleita presidente a despeito do apoio pouco disfarçado dos principais veículos de comunicação a seu adversário, José Serra. Em 2014, a campanha cerrada da mídia também foi incapaz de permitir a reeleição de Dilma, (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 26)

Essa imagem da eleição de 2014 pavimentou mais o caminho para o impedimento da presidente Dilma Rousseff em 2016. Após as eleições daquele ano, a temática da corrupção ocupou espaço privilegiado na pauta midiática tradicional. As pautas eram diariamente alimentadas por vazamentos seletivos do aparato jurídico-

---

<sup>6</sup> Fora eleito presidente em 1990 na primeira eleição por voto direto depois da Ditadura Civil-Militar (1964-1985), renunciou em 1992 antes de sofrer o *impeachment*.

---

policial do estado ligados a Operação Lavo Jato<sup>7</sup>, roteirizados numa novelização e fulanização da corrupção. “Houve uma evidente desproporcionalidade entre os espaços concedidos àquelas denúncias feitas contras apoiadores do governo e às outras, que atingiam lideranças da oposição de direita – as últimas sistematicamente abafadas.” (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 202)

A crise econômica de 2008 terá seus efeitos mais drásticos diante das políticas econômicas adotadas pela presidenta Dilma Rousseff nos seus mandatos e é a oportunidade de construção de uma instabilidade a partir das notícias veiculadas. Nesse sentido, em mais esse recorte histórico, a mídia tradicional teve grande responsabilidade na divulgação de uma ideia hegemônica destrutiva e negativa da presidenta e do seu governo, sem um contraponto e com uma cobertura jornalística desigual.

A cobertura do processo de impedimento é uma experiência notória e rica para ilustração. As mobilizações pró-impedimento tiveram coberturas exclusivas e diversas entradas ao vivo na TV, com o objetivo explícito de formar opinião do que informar sobre os acontecimentos.

As transmissões jornalísticas caminharam também no enquadramento bem homogêneo: temas recorrentes de corrupção e crise econômica e alguns outros aspectos decorrentes daqueles que encobriam outras disputas. Não era preciso aprofundar o debate com temáticas e implicações sociais que atingiriam a vida de milhões de brasileiros, como por exemplo, a reforma trabalhista (aprovada em 2017), as mudanças de concessões ambientais, as privatizações, a redução e congelamento de investimentos em áreas de direitos fundamentais como saúde e educação<sup>8</sup>. Essas “pautas” eram quase esquecidas nas narrativas jornalísticas ou quando pautadas eram “diminuídas” diante dos casos de corrupção.

Bentes (2016) sintetiza que o papel da mídia brasileira no processo do impedimento da presidenta Dilma Rousseff, em 2016, foi de ampliar ou silenciar os fatos, construindo uma novelização das notícias e uma tentativa exausta de direção de realidade. Em 2015, jornais e mídias em discurso homogêneo pautavam a crise econômica, desemprego, insatisfação da FIESP (Federação da Indústria do Estado de

---

<sup>7</sup> É um conjunto de investigações policiais iniciadas em 2014 que visa apurar esquema de lavagem de dinheiro envolvendo políticos, empresários, presidentes entre outros. A operação é caracterizada por várias fases e ainda está em andamento.

<sup>8</sup> Conhecida por PEC (Proposta de Emenda à Constituição) do teto dos gastos públicos que congela gastos por 20 anos, aprovada em 2016 no Senado Federal.

São Paulo), com matérias diárias sobre vazamentos da Lava Jato, delações premiadas, pautas-bombas.

A novelização praticamente convocava manifestações por meio dos veículos de comunicação do país diariamente e era amplificada pelos novos fluxos comunicacionais, por meio de movimentos organizados pelas redes sociais, como o MBL (Movimento Brasil Livre), Revoltados *On line* inflamados nos movimentos de pró-impedimento.

A cobertura dos contrários ao impedimento era minimizada e estereotipada como “movimentos de militantes” e a construção diária de inimigos públicos. A amplificação mediada pelas mídias sociais, com novos interlocutores no processo comunicativo, ficou notória no processo de desgastes e derrubada do governo de Dilma Rousseff. No ambiente virtual, as batalhas de *hashtags* eram constantes nas plataformas como *twitter* e *facebook*, no fundo, eram disputas pela disseminação de narrativas e enquadramento da realidade.

É certo que nossa formação histórica tem peso central na determinação no ambiente de comunicação do país, essas poucas imagens históricas trazidas demonstram por mais de uma vez a relação intrínseca da mídia e sua centralidade na nossa democracia. E assim continuamos, uma vez que quem diz o que é ou não importante, o que é ou não para ser discutido, o que deve ser ou não a agenda do dia, a partir de suas narrativas diárias, nos conduziu para o atual momento de demonização da política e da polarização que culmina num debate de separação e de eliminação do outro.

#### **4 A Mídia Tradicional e os Novos Fluxos Comunicacionais**

A internet permitiu sem sombras de dúvidas por meio de espaços e dispositivos, a interlocução de outros parceiros diferentes do processo comunicativo da mídia tradicional. Essa nova realidade, apesar da centralidade da mídia tradicional brasileira, não deve ser desconsiderada seu poder de influencia nas discussões e rumos do país.

Para Gomes e Maia (2008) é nesse ambiente virtual que diversos grupos, como de esquerda e direita, democráticos e até antidemocráticos, encontram espaços de livre manifestação, compartilhando informações, produzindo, construindo narrativas e por fim, dando seu recado.

É inegável que a internet com as novas redes e fluxos comunicativos trouxe mais circularidade aos discursos, uma vez que pessoas antes marginalizadas do contexto dos grandes conglomerados de comunicação têm espaço para ampliar seus discursos e suas

---

narrativas ao compartilhar, ao comentar e também influenciar as pautas na agenda da mídia tradicional.

Apesar da circularidade e da existência de outras vozes isso não significa que a internet é um ambiente neutro e sem assimetrias, uma vez que é mediada pelo mercado. Empresas e provedores disputam esse espaço. Para Birolí e Miguel,

Em todos os casos, há uma relação complexa entre os conteúdos que circulam de forma pulverizada pelos novos meios – que não são indistintos entre si, uma vez que há uma hierarquia que começa nos grandes portais e nos blogs de jornalistas famosos e termina nas páginas de usuários anônimos -, os discursos partidários oficiais e o noticiário da grande mídia. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 50)

O espaço aberto nas redes para novas vozes contribuiu também para a crise da mídia tradicional. Novas plataformas digitais, como blogues, *whatsapp*, *twitter*, *facebook* entre outras, propiciaram a informação grátis que impacta diretamente na venda de informação dos produtos da mídia tradicional, como jornais, revistas e até mesmo a audiência das TVs. Porém, mesmo nessas plataformas, a informação e a produção continuam tendo custos, por vezes patrocinados por quem deseja influenciar o debate e a agenda pública. Esse movimento é bem similar e não destoia do movimento da mídia tradicional, onde a informação de interesse público tende a ficar num horizonte mais distante.

A centralidade da mídia tradicional permanece apesar da crise de seu modelo de negócio e do surgimento das plataformas digitais, os fluxos continuam com hierarquias e disputados. A ação dessas novas plataformas ainda tem uma característica reativa e dependente da agenda da mídia tradicional que continua tendo peso relevante no debate público

A capacidade de produção da agenda, em particular, permanece quase de mão única: a mídia tradicional pauta sites, blogs e redes sociais todos os dias. O contrário ocorre e pode ter relevância em situações específicas, mas não é regra. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 207).

Nesse sentido, Lima (2013) afirma que a centralidade da mídia tradicional (rádio, TV, jornais e revistas) é tão ampla que nada ocorre sem o envolvimento direto ou indireto dela, por mais que tenhamos novas tecnologias de informação e comunicação. A mídia tradicional ainda controla o monopólio de tornar as coisas públicas diante das novas tecnologias que não garantem a inclusão de vários segmentos no debate.

---

Uma imagem bem recente da centralidade da mídia tradicional e da influência das novas mídias<sup>9</sup> são as Jornadas de Junho de 2013. As manifestações iniciadas pelo aumento de passagens do transporte público, lideradas pelo Movimento Passe Livre em São Paulo, foram num primeiro momento condenadas pelos veículos tradicionais. As coberturas jornalísticas eram pequenas e os conteúdos simbólicos das mensagens difundiam que as manifestações deveriam ser reprimidas.

Posteriormente, as pautas midiáticas foram modificadas, as manifestações se transformaram em movimentos populares legítimos com coberturas jornalísticas em tempo real que traziam especialistas e comentaristas para as discussões de outras bandeiras difusas que estariam representadas e que simbolizavam o sentimento dos manifestantes.

Nesse mesmo episódio, da reivindicação contra o aumento das passagens do transporte público, que foi atendida após alguns dias, as mídias sociais tiveram um papel fundamental de influencia no debate público. Plataformas como *twitter* e *facebook* com grupos de todo tipo, entre eles conservadores, convocaram e trouxeram para as ruas manifestantes com outras pautas que foram capturadas pela mídia tradicional e traduzidas por meio da cobertura jornalística. Para Lima (2013) a velha tradicional identificou nas manifestações “a oportunidade de disfarçar o seu papel histórico de bloqueadora do acesso público às vozes – não só de jovens, mas da imensa população brasileira.” (LIMA, 2013, p. 92)

São várias experiências na história brasileira que a mídia tradicional por meio dos veículos de comunicação de massa se apresenta como ator central na produção de discursos e consensos. O ambiente virtual trouxe novos atores que competem por narrativas mobilizando recursos. A atual crise política é mais um episódio que contribui para reafirmar a centralidade dos meios de comunicação mostrando as relações muito tênues com as decisões políticas e o desenvolvimento democrático brasileiro. Na imagem das Jornadas de Junho fica evidente as disputas e polarizações influenciadas pela mídia tradicional e amplificadas pelo ambiente virtual. A centralidade da mídia continua, agora com novo elemento, as novas mídias. Portanto, os meios de comunicação de massa continuam predominando, apesar de a internet ter modificado o

---

<sup>9</sup> A terminologia novas mídias foi utilizada neste texto didaticamente para abarcar os novos fluxos de comunicação provenientes no ambiente virtual, como redes sociais (*twitter* e *facebook*), blogues, whatsapp entre outros.

---

panorama bastante, eles continuam sendo fornecedores prioritários de informação política relevante (GOMES; MAIA, 2008).

## 5 Conclusão

As democracias modernas ou liberais são balizadas por princípios e direitos. A Constituição Federal de 1988, aberta a perspectiva democrática liberal, pelo menos formalmente, é garantidora de um sistema de comunicação plural. Vimos que a pluralidade significa não está relacionada à quantidade de veículos, mas de espaço para ideias divergentes para que o cidadão possa construir sua opinião sobre os fatos exercendo os direitos relacionados à comunicação, como a liberdade de expressão<sup>10</sup>, a liberdade de opinião e a liberdade de informação e divulgação. Isso daria a possibilidade das opiniões circularem de maneira igual, constituindo uma democracia mais qualificada.

Na prática é bem diferente. As informações são produzidas e postas em circulação por oligopólios e monopólios de comunicação. Esses grupos assumem posições chaves e centrais com capacidade de influenciar as decisões políticas por dois meios: pela definição de agenda (o que será discutido no dia a dia) ou na capacidade de orientar escolhas (subjetividade).

Os meios de comunicação de massa concentrados são fornecedores prioritários de informação, inclusive informação política, e são vias de mão única, afetam diretamente a qualidade da participação, ou seja, a qualidade da democracia. É a com qualidade e extensão da informação política que os cidadãos devidamente informados podem participar do debate público e das decisões de forma crítica. Ou seja, a qualidade da informação disponível tem relação direta com a qualidade de uma democracia informada.

E mesmo os novos fluxos comunicacionais não trouxeram, pelo menos ainda, para a democracia uma qualidade maior. Trouxe novos atores que não podem ter sua influencia no debate público desprezada. As plataformas digitais se tornaram mais do que ferramentas de comunicação, são espaços de construção e reconstrução da realidade, onde pessoas reportam, inventam, articulam e mudam narrativas. Mas também, há de se considerar que para além dos novos fluxos comunicacionais e da mídia tradicional existem outras instancias nas democracias que devem também ser

---

<sup>10</sup> Liberdade de expressão é expressar publicamente por diferentes meios, opiniões, valores e crenças; liberdade de opinião é pensar livremente, ter opiniões, convicções e aceitar determinados valores; liberdade de informação e divulgação é buscar, receber e divulgar informação e opiniões livremente.

levadas em consideração na construção dos consensos e na produção das narrativas que vão atingir os diversos públicos. São instancias complexas que estabelecem relações entre si, com a mídia tradicional e abarcam a comunicação do governo, a mídia local, e os novos fluxos comunicacionais. É nesse contexto que é imprescindível avançarmos para além do formal garantido na legislação no sentido de democratizar mais o ambiente da comunicação que vivemos, para uma qualidade democrática melhor, sem desconsiderar todas as redes de produção de sentidos.

## REFERÊNCIAS

BENTES, Ivana. **Mídia brasileira construiu narrativa novelizada do impeachment**. 2016 Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2016/09/02/midia-brasileira-construiu-narrativa-novelizada-do-impeachment/>>. Acesso em: 16/06/2019.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luís Felipe. **Notícias em disputa: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2017.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo**. Trad. Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia: problemas & perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Direito humano à comunicação: pela democratização da mídia**. Editora Vozes, 2013.

LOPES, Mauro. As quatro famílias que decidiram derrubar um governo democrático. IN: **Por que gritamos golpe?** para entender o impeachment e a crise política no Brasil. Orgs Ivana Jinkings, Kim Doria e Murilo Cleto. São Paulo:Boitempo, 2016.

LIMA, Venício Artur de. **Mídia: teoria e política**. 2ª ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

\_\_\_\_\_. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

\_\_\_\_\_. **Mídia, rebeldia urbana e crise de representação**. IN **Cidades Rebeldes: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. 1 ed São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2013.

SILVA, Juremir Machado da. **Golpe midiático-civil-militar**. Porto Alegre: Sulina, 7ª ed., 2016.