

Entrevista: Vito Giannotti - Escritor

“A mídia tem um papel de formadora ou deformadora de corações e mentes”

GARRA - Há mais de 30 anos o senhor vem desenvolvendo um trabalho voltado para a comunicação, sobretudo a contra-hegemônica. Qual é a avaliação que o senhor faz hoje da mídia empresarial?

VITO - A mídia empresarial está, cada dia mais, consciente de seu papel na construção e manutenção da sociedade da forma como ela está organizada. A mídia, hoje, atua como o verdadeiro partido da burguesia. O partido do sistema. A situação é, então, mais grave do que antes, porque o peso da mídia aumentou muito. Há cem anos, o peso da comunicação quase se resumia a jornais, revistas e livros. Era infinitamente menor do que é hoje, quando podemos dizer que não há poder sem a mídia, que assume um peso cada dia maior como formadora ou deformadora de corações e mentes. É através dela que o sistema firma e espalha suas idéias. É a mídia que consolida os valores desta sociedade, uma sociedade injusta e opressora para a maioria da população.

GARRA - O senhor acha que a opinião pública absorve o conteúdo da mídia de forma pacífica? Alguns autores já defendem a tese de que a recepção reage de forma crítica aos conteúdos veiculados pela imprensa.

VITO - Claro que há resistência por parte do público. As pessoas não estão totalmente entorpecidas pelos valores da classe dominante. Mas não podemos nos iludir. Eu sou muito pessimista frente ao poder destrutivo da mídia empresarial. As novelas, os Fantásticos, os Faustões, Gugus e Anas Marias Bragas e o exército de repórteres policiais fazem um estrago terrível na cabeça de milhões e milhões de brasileiros e brasileiras. Vejamos o mais recente exemplo do personagem Bené na novela Viver a Vida. O rapaz decide voltar para a favela e lá tocar sua vida ao lado da mulher e do filho. Encontra trabalho e se prepara para viver a vida. É assassinado dentro da favela. Todos os seus assassinos são negros. Isso é cruel. Passa a dupla mensagem que na favela não há saída e que negros são assassinos. Qual a solução para quem assista é levado a concordar? Cadeia para os negros e

Não é de agora que se fala que a mídia está em crise. Perda de credibilidade, sensacionalismo, espetacularização dos conteúdos e incitação ao consumo são apenas alguns dos adjetivos vinculados à atuação dos veículos de comunicação, não só no Brasil, como em nível global. Mas não se pode negar o poder que representa as empresas de mídia, que, não por acaso, atendem interesses de setores da sociedade. “Toda a mídia tem dono. Dono tem interesse de classe”, sintetiza o escritor Vito Giannotti, especialista em comunicação alternativa, que concedeu a entrevista abaixo para o Sindsep. Confira.



remoção para favelados. Os valores da sociedade em que vivemos são espalhados com muita competência por cada minuto de novela ou do esgoto a céu aberto que é o Big Brother. Mas meu pessimismo sara logo quando vejo as possibilidades que nós temos de fazer uma comunicação que se oponha à comunicação deles. Nós chamamos esta de comunicação contra-hegemônica. Ou seja, uma comunicação que quer dar outro rumo à sociedade. Um rumo contrário ao do sistema. Um rumo que aponte para uma sociedade justa, livre, solidária, fraternal. Ou seja, exatamente o contrário da sociedade divulgada e defendida pela Veja, pela Folha de S. Paulo e pelas Organizações Globo. A nossa disputa é por construir uma sociedade socialista. Esse é o sentido de uma comunicação que disputa a hegemonia na sociedade.

GARRA - Como explicar a grande popularidade do presidente Lula, tendo a mídia como sua principal opositora? Há inclusive declarações de setores do empresariado de comunicação afirmando que a imprensa, atualmente, substitui a oposição.

VITO - A popularidade do governo Lula se deve a ações concretas que beneficiaram e beneficiam milhões de pessoas. Independentemente da avaliação de quem sempre comeu suas três refeições, uma Bolsa Família de uns R\$ 100,00 é um salto muito grande. Quem nunca viu a cor do dinheiro, aprecia quem lhe propiciou um mínimo de possibilidade de comprar um chinelo e um calção. O mesmo vale por várias outras medidas do governo, como o emprego. Hoje, há mais emprego do que há oito anos. Então, dane-se a mídia.

Ela não é onipotente, frente ao voto nas urnas. Da mesma forma como ocorreu na última eleição, nesta vamos ter um excelente laboratório para verificar o poder de convencimento da mídia.

GARRA - Toda eleição é a mesma coisa: as empresas de mídia se dizem imparciais, mas, no fundo, fazem campanha velada para determinado candidato. O que se pode esperar dos veículos de comunicação nas eleições 2010?

VITO - A mídia empresarial/patronal, no Brasil, sempre fez questão de aparecer como neutra. É uma mentira total. Toda a mídia (jornais, rádios, TVs, mídias eletrônicas) tem dono. São os Marinhos, os Frias, os Mesquitas, os Civitas. E dono tem classe. Dono tem interesse de classe. No Brasil a mídia empresarial em peso, sempre apoiou o projeto neoliberal mais descarado, de FHC, José Serra ou Geraldo Alckmin. Na eleição de 2010 vai se repetir a mesma coisa. Já está se repetindo, aliás. Uma curta análise do tratamento dispensado ao candidato Serra e à candidata Dilma já nos revelam que o jogo vai ser pesado outra vez. Isso se vê nos editoriais, nas escolhas das fotos, no espaço reservado para cada candidato, na escolha de notícias positivas e negativas. O jornal carioca O Globo é uma aula diária de como um jornal, embora se dizendo neutro, se posiciona em favor de um candidato, no caso o Serra.

GARRA - Então, o senhor acha que o eleitor deve ficar atento e filtrar os conteúdos veiculados pela mídia, sobretudo em período eleitoral?

VITO - Não é só no período eleitoral que o leitor precisa ficar atento às enganações da mídia empresarial. A mídia patronal é assim. Ela age assim, não porque é incompetente. Ela é competentíssima nos seus interesses coletivos de classe. O que os trabalhadores precisam entender é que a mídia não é e nunca foi neutra. Ela tem lado, pois tem dono e dono tem classe e interesses de classe. Sempre, em tudo. No período eleitoral, a prática de enganação, mentiras puras e simples ou, no mínimo, de esconder dados e fatos, vai se tornar mais aguda.

gira mundo

Europa marcada por manifestações

A classe trabalhadora europeia vive mais uma crise provocada pelo capitalismo selvagem. Na Espanha, o governo tenta implementar a versão espanhola do PLP 549 brasileiro e ameaça congelar e cortar em 5% os salários do funcionalismo público, além de cortar investimentos no setor público, com o argumento de que se trata

de medidas necessárias para enfrentar a crise econômica que afeta o país. Na Grécia, a situação não é diferente: os sindicatos convocam mais uma greve geral contra o corte de pensões anunciado pelo governo. A crise na Europa é fruto da ganância do setor financeiro, que não quer abrir mão dos seus lucros.

Diplomacia brasileira e a paz mundial

Não demorou muito para a imprensa brasileira e até mundial reagir à iniciativa do governo brasileiro, que, em conjunto com o governo da Turquia, negociou uma solução para a crise nuclear envolvendo o Irã. A mídia tratou logo de tentar diminuir ou simplesmente desqualificar o feito alcançado. É inegável a habilidade brasileira

ao tentar contribuir com um mundo mais pacífico, mais humano, sem destruições. Ao contrário da visão de da elite dominante, que prefere não se envolver em conflitos de guerra ou até – o que é pior – estimular esse tipo de prática, é possível um caminho diferente das guerras e do pavor. A diplomacia brasileira deu uma grande contribuição para a construção de um mundo mais pacífico, longe da guerra.